



HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

**Dokumenttielokuvan kaupalliset  
levitysmahdollisuudet**

Kotimaisen dokumenttituotannon nykytilanne ja  
tulevaisuusnäkymät

*Kimmo Välimäki*

Kulttuurituotanto (240 op)

5 / 2013

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Kulttuurituotannon koulutusohjelma

### TIIVISTELMÄ

<b>Työn tekijä</b> Kimmo Välimäki	<b>Sivumäärä</b> 38 sivua
<b>Työn nimi</b> Dokumenttielokuvan kaupalliset levitysmahdollisuudet	
<b>Ohjaavat opettajat</b> Minna Hautio ja Pekka Vartiainen	
<b>Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja</b> Suomen elokuvakontakti ry., Elina Rislakki	
<b>Tiivistelmä</b> <p>Opinnäytetyötutkimuksessa selvitetään suomalaisen dokumenttielokuvan olemassa olevia kaupallisia levityskanavia sekä tulevaisuuden levitysmahdollisuuksia. Tekstissä käsitellään myös dokumenttielokuvan rahoitusta. Keskeisimmin tarkastelun kohteena on elokuvateatterilevitys, joka on 2010-luvulla muodostunut dokumenttielokuville yhä yleisemmäksi levityskanavaksi elokuvateattereiden digitalisoinnin myötä.</p> <p>Opinnäytetyön tilaajana toimii lyhyt- ja dokumenttielokuvia levittävä Suomen elokuvakontakti ry. Tärkeimpiä lähteitä työssä ovat dokumenttielokuvatuottajien teemahaastattelut, joita täydentävät levittäjien, elokuvateattereiden, sekä Suomen elokuvaseuran edustajien haastattelut.</p> <p>Tutkimuksessa kävi ilmi, että dokumenttielokuvan kaupallinen levitys ei ainakaan toistaiseksi ole niin merkittävää ja kannattavaa liiketoimintaa, että elokuvan tuotantobudjettia kannattaisi laskea sen vuoksi. Erilaisten internet-palveluiden hyödyntämisen suhteen elokuva-alalla suhtaudutaan optimistisesti, vaikkei uusia mahdollisuuksia olla suomalaisen dokumenttielokuvan kohdalla vielä merkittävästi hyödynnetty.</p>	
<b>Asiasanat</b> dokumenttielokuvat, levitys, digitalisoituminen	

**HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**  
**Degree Programme in Cultural Management**

**ABSTRACT**

<b>Author</b> Kimmo Välimäki	<b>Number of Pages</b> 38
<b>Title</b> Commercial distribution of documentary films	
<b>Supervisors</b> Minna Hautio & Pekka Vartiainen	
<b>Subscriber and/or Mentor</b> Finnish Film Contact, Elina Rislakki	
<p><b>Abstract</b></p> <p>The main objective for the thesis is to study the existing distribution channels for Finnish documentary films as well as possible channels of the future. Thesis concentrates also on the funding of documentary films. The focus of the study is on cinematic distribution, which has become all the more popular channel of distribution during the last few years as the digitalisation of cinemas has been carried out.</p> <p>This thesis has been commissioned by Finnish Film Contact, a distribution organization for Finnish short and documentary films. The research method is based on interviewing Finnish documentary film producers. These interviews are complemented by interviewing representatives of distributors, cinema operators and Finnish Film Foundation.</p> <p>Study revealed that commercial distribution of documentary films isn't such a significant and profitable business, for now at least, that producers should count on it when planning the production budget for documentary films. Although the newly found possibilities of distribution via internet have not been exploited to a great extent, they're regarded optimistically in the film industry.</p>	
<b>Keywords</b> documentary films, distribution, digitalisation	

## **SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	5
2 TUTKIMUSKOHTTEEN MÄÄRITELMÄ	7
3 DOKUMENTTIELOKUVAN RAHOITUS	8
4 NYKYISET DOKUMENTTIELOKUVAN LEVITYSKANAVAT	17
4.1 Yleisradio	18
4.2 Elokuvateatterilevitys	20
4.3 Tallennejakelu	27
4.4. Festivaalit	28
5 UUDET LEVITYSKANAVAT	29
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	32
LÄHTEET	35

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni selvitän kotimaisten dokumenttielokuvien kaupallisen levityksen mahdollisuuksia. Pyrin selvittämään, voivatko dokumenttielokuvat olla myös kaupallisesti kannattavia tuotantoja. Lähestyn kysymystä pääasiassa dokumenttielokuvien tuottajien näkökulmasta.

Suomalaista dokumenttielokuvaa on arvostettu pitkään niin Suomessa kuin maailmallakin, tästä osoituksena toimivat muun muassa kymmenet esitykset merkittävillä kansainvälisillä festivaaleilla joka vuosi (SES 2012a, 26). Suomessa merkittävimpänä esityspaikkana dokumenttielokuville on toiminut Yleisradion vuodesta 1996 jatkunut Dokumenttiprojekti, jonka ohjelmisto on alusta alkaen koostunut paitsi kotimaisesta dokumenttielokuvasta, myös poikkeuksellisen laadukkaista ulkomaisista dokumenteista, joihin Yleisradio on osallistunut ennakko-ostoin (Vehkalahti 2013).

Elokuvateattereiden digitalisoitumisen myötä dokumenttielokuvia tulee elokuvateattereihin entistä enemmän. Vuonna 2013 pelkästään vuoden ensimmäisen kuuden kuukauden aikana teatterilevitykseen päätyy seitsemän kotimaista dokumenttielokuvaa sekä yksi kansainvälinen tuotanto, jossa suomalainen tuotantoyhtiö on osatuottajana (SES 2013d).

Vuosittain Suomessa valmistuu parikymmentä pitkää dokumenttielokuvaa. Siitä huolimatta alan toimijat ovat olleet huolissaan tulevaisuudestaan, etenkin kun Yleisradiolla ei ole ollut varaa rahoittaa dokumenttielokuvia entiseen malliin (mm. Kuusinen 2011 ja Väisänen 2011). Yleisradion rahoituskriisi on vaikuttanut etenkin dokumenttielokuvatuotantoihin, jotka ovat fiktioelokuvia enemmän julkisen tuen varassa.

Dokumenttielokuvien rahoitus pohjautuu totutusti kolmikantaan Yleisradio, Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus AVEK ja Suomen elokuvasäätiö SES. Ylen rahatilanne on 2010-luvun taitteessa ollut huono. Kotimaisten dokumenttielokuvien ostoon oli 2010-2012 käytettävissä vain noin miljoona euroa vuodessa (Astala 2013). Pudotusta vuosien 2008-2009 tasoon on peräti kolmanneksen, eli puoli miljoonaa euroa (Mt.). Kun AVEKinkin käytettävissä olevat varat ovat pienentyneet tasaisesti –

edellisellä toimikaudella lasku oli 37% (Avek 2012) – on dokumentintekijöiden huoli ollut ymmärrettävää. Katsojille tämä tilanne on näyttäytynyt vuosina 1993–2011 toimineen Ykkösdokumentin ohjelmapaikan yhdistämiseen Dokumenttiprojektin kanssa sekä entistä harvempina televisiossa nähtyinä pitkinä kotimaisina dokumentteina.

Positiivisena kehityksenä tilanteessa voi nähdä sen, että samaan aikaan kun dokumenttielokuvien televisiossa saama tila vähenee, on entistä useampi valmistuvista elokuvista päässyt digitaalisen esitystekniikan myötä osaksi elokuvateattereiden ohjelmistojä. Osana alussa asettamaani kysymystä pyrin tässä tutkimuksessa vastaamaan siihen, onko elokuvateatterilevityksen tuomilla lipputuloilla taloudellista vaikutusta dokumenttielokuvien tuottajien ja levittäjien toimintaan.

Työskentelen puolipäiväisesti kotimaisen elokuvan ajankohtaissivusto Suomileffa.fi:n toimittajatuottajana ja niinkään puolipäiväisesti Suomen elokuvakontakti ry:ssä levityskoordinaattorina. Ensimmäisessä työssäni näen lähietäisyydeltä sen, miten kapea suomalainen elokuvateollisuus todellisuudessa on. Jälkimmäisessä näen, miten paljon kovaa työtä jokaisen kaupallisesti vähemmänkin menestyneen elokuvan takana on. Suomen elokuvakontakti ry. toimii myös tämän opinnäytetyön tilaajana.

Selvitän opinnäytetyössäni kaupallisten hyödyntämismahdollisuuksien lisäksi myös dokumenttielokuvan tekemisen edellytyksiä. Pyrin vastaamaan kysymyksiin kotimaisen dokumenttielokuvan tämänhetkisestä rahoitustilanteesta ja kaupallisten levityskanavien merkityksestä dokumenttien rahoitukselle. Tutkimukseni runkona toimii viiden dokumenttielokuvatuottajan sekä Suomen elokuvasäätiön levityspäällikkö Harri Ahokkaan teemahaastattelut. Haastattelemani tuottajat ovat Oktober Oy:n tuottaja Joonas Berghäll, joka on muun muassa dokumenttielokuvan Miesten vuoro tuottaja ja toinen ohjaaja sekä Dokumenttikilta ry:n puheenjohtaja vuodesta 2012 alkaen. Venla Hellstedt toimii tuottajana Illume Oy:ssä ja on hyvin perehtynyt uusiin joukkorahoitusmalleihin ja verkkolevityskanaviin. Sami Jahnukainen on Mouka Film –yhtiön perustaja, Kovasikajuttu –dokumenttielokuvan tuottaja ja pohjoismaisen elokuvatekijäjärjestö Filmkontakt Nordin hallituksen varapuheenjohtaja ja Suomen edustaja. Liisa Juntunen toimii tuottajana omassa Napa Films –yhtiössään ja on tuottanut muun muassa dokumenttielokuvan Venäjän vapain mies. Ulla Simonen on kokenut tuottaja ja entinen AVEKin tuotantoneuvoja sekä Helsingin dokumenttielokuvafesti-

vaali DocPointin taiteellinen johtaja elokuusta 2013 alkaen. Simosen tuottamat dokumenttielokuvat *Laulu koti-ikävästä* ja *Alaska Highway* olivat tulossa elokuvateatteri-levitykseen keväällä 2013 haastattelun jälkeen.

Haastatteluissa esiin nousseisiin kysymyksiin olen pyrkinyt vastaamaan kirjallisiin lähteisiin perehtymällä sekä haastatteleamalla elokuvalevittäjien ja teatteriketju Finnkinon edustajia sekä Yleisradion yhteishankintojen tilaaja Erkki Astalaa. Haastatteluissa vahvimmin esiin nousseita teemoja ovat muuttuvat rahoitusnäkymät, uudet - pääasiassa internetissä sijaitsevat - levityskanavat sekä toiminnan taloudellinen kannattavuus eri osapuolille.

Dokumenttielokuvat ovat tärkeitä paitsi tekijöille, selvästi myös yhteiskunnalle, onhan elokuvanteko merkittävältä osin yhteiskunnan tukemaa. Suomen kokoisella talousalueella yhteiskunnan taloudellinen tuki on elokuvalle välttämätöntä. Tämän tuen myötä dokumenttielokuvia voidaan ylipäättään tehdä, vieläpä niin että tekijöiden ei ole tarvinnut tavoitella taloudellista menestystä. Sen sijaan he ovat voineet ottaa taiteellisia riskejä, mikä on tähän asti näkynyt hienoina ja kiiteltynä suomalaisina dokumentteina. Tutkimukseni keskeisiä tavoitteita ovat paitsi dokumenttielokuvan kaupallisten levitysmahdollisuuksien kartoittaminen, myös tämänhetkisen julkisen rahoituksen sekä olemassa olevien levityskanavien merkitys tuotannoille.

## 2 TUTKIMUSKOHTEN MÄÄRITELMÄ

Tutkimus on rajattu suomalaisiin pitkiin dokumenttielokuviin ja näiden rahoitukseen sekä kaupallisiin levitysmahdollisuuksiin. Käyttämäni esimerkit ja tekemäni haastattelut painottuvat elokuviin, jotka ovat olleet elokuvateatteri-levityksessä.

Dokumenttielokuvalla tarkoitetaan elokuvaa, joka kuvaa todellisuutta enemmän kuin fiktio- eli näytelmäelokuva. Dokumenttielokuvan henkilöt esittävät itseään ja oman elämänsä tapahtumia. Silti elokuvan esittämät tapahtumat ovat aina vain tulkinta todellisuudesta. (Raika, Laitinen & Viikari 2013.)

Pitkän elokuvan määritelmä vaihtelee lähteestä riippuen, esimerkiksi useimmilla festivaaleilla pitkiä elokuvia ovat yli 30 minuutin mittaiset elokuvat. Koska tutkimuksessani on kyseessä kaupallisen, eli käytännössä elokuvateatterilevityksen saaneet dokumenttielokuvat, rajaan pitkän elokuvan sellaiseksi, joka on saanut teatterilevityksen omalla nimellään niin sanottuna pääkuvana (engl. feature film).

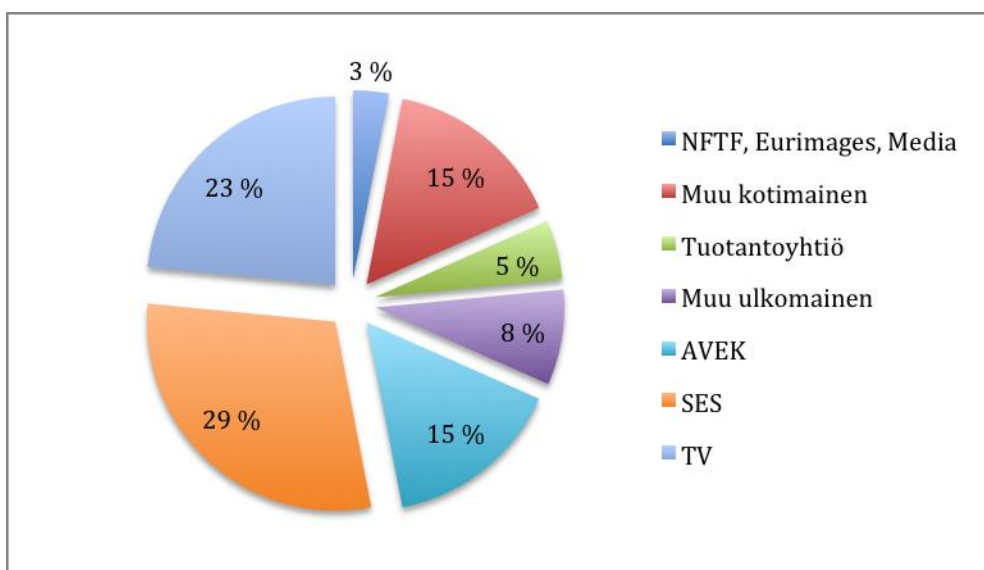
Elokuvilla on myös muita kaupallisia levitysmuotoja, kuin elokuvateatterilevitys. Esimerkiksi televisiolevitys on aina elokuvan tuotantoyhtiön kannalta kaupallista. Silloinkin, kun elokuva esitetään ei-kaupalliselta kanavalta, maksetaan siitä elokuvan oikeuksien haltijalle korvaus. Suomessa se tarkoittaa useimmiten Yleisradion tekemää ennakko-ostoa eli jo ennen elokuvan tuotantoa tapahtunutta päätöstä ostaa elokuvan esitysoikeudet (Aaltonen 2013, 27). Toinen yleinen kaupallisen levityksen muoto on tallennejakelu, eli dvd- ja blu-ray –kauppa. Muita yleistäviä kaupallisia muotoja ovat muun muassa elokuvien välittäminen internet-verkon yli tavalla tai toisella. Näitä palveluita kutsutaan yleisesti Video on Demand-, eli VOD-palveluiksi.

VoD-palveluille on yhteistä se, että katsoja ei ole riippuvainen television lähetysajoista, vaan voi katsoa elokuvan tai tv-ohjelman haluamaansa aikaan. Palvelut voivat tarjota elokuvia kovalevyille ladattavaksi tai yhä useammin suoratoistona (engl. streaming), jossa elokuva on ladattu palvelimelle, eikä siitä jää katsojalle omaa kopiota (Teosto 2013). VoD-palvelun eri muodoista, samoin kuin muista levityskanavista kerron tarkemmin lisää luvun 4 eri kohdissa.

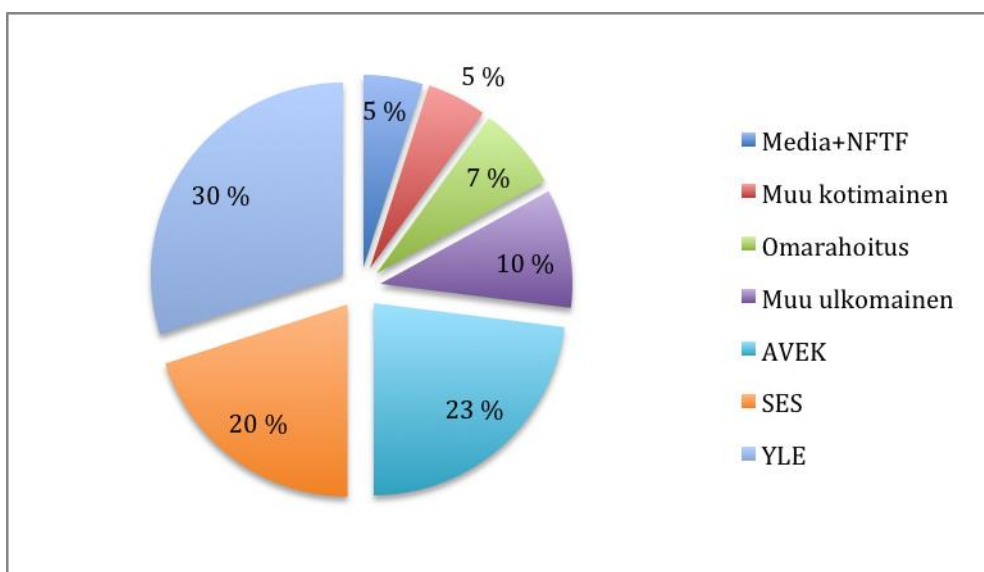
### 3 DOKUMENTTIELOKUVAN RAHOITUS

Suomalainen dokumenttielokuva on perinteisesti ollut täysin ennakkorahoitettua. Pääasiallisesti rahoitus pohjautuu kolmikantaan Elokuvasäätiö, AVEK, TV-tuotantoyhtiö, joka on käytännössä Yleisradio. Kaupalliset tv-kanavat eivät Suomessa dokumentteja osta käytännössä koskaan. Edellä mainittujen kolmen suuren rinnalla on nykyisin yhä useammin muita rahoittajia, ulkomaisia osatuottajia ja tv-kanavia, levittäjiä ja erilaisia säätiöitä. Vain pieni osa dokumenttielokuvan tuotantobudjetista on tuotantoyhtiön omaa rahoitusta. (Kuvio 1.)





Kuvio 1. Vuoden 2011 dokumenttielokuvien ensi-iltojen tuotantokustannusten jakautuminen. Keskimääräinen tuotantobudjetti 248 000 euroa. (SES 2012, 14)



Kuvio 2. Vuosina 1999-2003 käynnistyneiden dokumenttielokuvatuotantojen rahoitusosuudet. Keskimääräinen tuotantobudjetti 128 054 euroa. (Haase 2006, 97).

Esittelen seuraavaksi eri rahoittajaryhmät aloittaen suurimmista. Euromääräisesti mitattuna dokumenttielokuvaan käytettiin suurimman rahoittajan, eli Suomen elokuvasäätiön toimesta vuonna 2011 yhteensä noin 2,6 miljoonaa euroa. Suomen elokuvasäätiön tukivarat ovat peräisin veikkausvoittovaroista ja niiden kokonaissumma vuonna 2011 oli noin 24,9 miljoonaa euroa (SES 2012a, 9). Tuki jakautui 12 pitkälle ja 17 lyhyelle dokumenttielokuvalle sekä kolmelle kansainväliselle yhteistuotannolle

(SES 2012a, 13). Pitkien dokumenttielokuvien kohdalla Elokuvasäätiön rahoitusosuus on usein oheista kuviota suurempi, 50 prosenttia. Niin sanotun vaikean elokuvan kohdalla Elokuvasäätiön rahoitusosuus voi olla jopa 70 prosenttia (SES 2013a). Vaikean elokuvan sääntöä sovelletaan silloin, jos elokuva ei tavoittele laajaa yleisöä ja se kohtaa erityisiä vaikeuksia saavuttaa kaupallista rahoitusta, eikä sitä ole mahdollista tuottaa ilman 50 prosenttia tuotantobudjetista ylittävää valtiontukea (Mt.). Elokuvasäätiön tukivarojen kasvu on ollut merkittävää, kun vuoden 2011 2,6 miljoonaa euroa vertaa vuosien 1999–2003 keskiarvoon 0,74 miljoonaa euroa vuodessa (Haase 2006, 97).

Viimeisen vuosikymmenen aikana dokumenttielokuvien budjetit ovat nousseet huomattavasti, kuten kuvioista 1 ja 2 voi päätellä. Samana aikana on veikkausvoittovaroilla toimiva Suomen elokuvasäätiö noussut suurimmaksi dokumenttielokuvien rahoittajaksi ohi Yleisradion ja AVEKin. Vuosina 1999–2003 Yleisradio osti dokumenttielokuvia noin 1,2 miljoonalla eurolla vuodessa (Haase 2006, ii). Vuosina 2010–2012 summa oli vain noin miljoona euroa vuodessa (Astala 2013).

Elokuva-alalla yleisesti Yleisradion rahoituskriisinä tunnettu tilanne sai alkunsa digitaalisiin tv-lähetyksiin siirtymisen yhteydessä vuonna 2007. Siitä asti televisiomaksua maksavien kotitalouksien määrä pieneni huomattavasti aina vuoteen 2012 asti (Kuvio 3). Vuoden 2012 jälkeen Suomessa luovuttiin tv-maksusta ja siirryttiin tulojen mukaan porrastuvaan YLE-veroon (Verohallinto 2013). Vähentyneet tv-maksut vaikuttivat oleellisesti Yleisradion budjettiin ja erityisesti ulkopuolisiin hankintoihin, yhteistuotantoihin, joita dokumenttielokuvat ovat. Euromääräisesti YLEn yhteistuotantoihin käytettävät varat olivat ongelmallisimpina vuosina pienemmät kuin 2000-luvun taitteessa. Vuoteen 2015 mennessä on dokumenttielokuvaan varattu rahoitus tarkoitus nostaa vuosien 2008 ja 2009 tasolle, noin 1,5 miljoonaan euroon (Astala 2013).

Vuosi	Käyttöilmoitukset
2012	1 852 624
2011	1 882 319
2010	1 895 940
2009	1 901 789
2008	1 916 256
2007	1 947 044
2006	2 001 633
2005	2 003 769
2004	2 005 185
2003	2 016 753

Kuvio 3. Vuosittain voimassa olleet televisiomaksut 2003-2012 (Viestintävirasto 2013).

Kolmas merkittävä rahoittaja AVEK eli Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus toimii tekijänoikeusjärjestö Kopioston yhteydessä. Sen varat koostuvat lähes kokonaan dvd-tallenteista ja digitaalisista videotallentimista perityistä hyvitysmaksuista (AVEK 2013). AVEKin lyhyt- ja dokumenttielokuvien tuotantotukiin käytettävät varat ovat laskeneet toimikauden 2009/2010 n. 1,5 miljoonasta eurosta toimikauden 2011/2012 n. 830 000 euroon (AVEK 2012, 7).

Kuten kuvioista 1 ja 2 voi nähdä, kolmen suuren rahoittajan rinnalle on noussut uusia merkittäviä rahoittajia. Kotimaassa niitä ovat esimerkiksi erilaiset säätiöt. Yksi huomattava dokumenttielokuvien tekemistä tukeva taho on vuonna 2005 perustettu Kirkon mediasäätiö, jonka vuosittain jakama noin 340 000 euron tuotantotukisumma muodostuu merkittäväksi, vaikka summasta vain osa myönnetään dokumenttielokuvatuotannoille (Rajamäki 2012). Huomattavaa on, että YLEn, AVEKin ja Elokuvasäätiön muodostaman perinteisen kolmikannan ulkopuolelta tulevan rahoituksen osuus on kasvanut kymmenessä vuodessa 27 prosenttiyksiköstä 33 prosenttiin.

Kuvioissa 1 ja 2 esiintyvä NFTF tarkoittaa Nordisk Film & TV Fondia, eli Pohjoismaista elokuva- ja televisiorahastoa. Sen tehtävä on edistää korkeatasoista pohjoismaista elokuva- ja televisiotuotantoa. NFTF toteuttaa tehtävänsä myöntämällä tukea loppurahoituksen muodossa näytelmäelokuvien, TV-elokuvien ja TV-sarjojen ja luovien dokumenttielokuvien tuotantoon. Lisäksi rahasto tukee pohjoismaisten elokuvien pohjoismaista levittämistä ja siihen liittyviä käännöstöitä. (NFTF 2013a, 4.)

Huhtikuussa 2013 viimeisimmät NFTF-tukea saaneet kotimaiset dokumentit ovat Sami Jahnukaisen Mouka Filmille tuottama ja Jukka Kärkkäisen ja Sini Liimataisen ohjaama Näin unta elämästä, jolle myönnettiin tukea 450 000 Norjan kruunua, eli noin 60 000 euroa, sekä Ulla Simosen Madelle tuottama, Virpi Suutarin ohjaama Garden, joka sai tukea 220 000 Norjan kruunua, eli hieman alle 30 000 euroa (NFTF 2013b). Kummankin elokuvan kohdalla tuki on noin kymmenen prosenttia budjetista (SES 2013f ja SES 2013g). NFTF:n tuki on siis sen piiriin pääsevien elokuvien kohdalla hyvinkin merkittävää, vaikkei tuki rahoituksen kokonaisvolyymiin näkökulmasta näytä kovin merkittävältä.

Muita ulkomaisia tukirahastoja, joita kuvion 1 kolmen prosentin rahoitusosuuteen kuuluu, ovat Media ja Eurimages. Euroopan unionin rahoittama Media 2007 on seitsemänvuotinen audiovisuaalisen alan tukiohjelma, jolla tuetaan eurooppalaisten elokuvien, televisio-ohjelmien ja uusmediatuotantojen tekemistä, levittämistä ja markkinointia sekä audiovisuaalisen alan koulutusta (Media 2013a). Ohjelman tavoitteena on vahvistaa Euroopan audiovisuaalisen alan kilpailukykyä kansainvälisillä markkinoilla. Vuonna 2012 Median hankekehittelytukea myönnettiin kolmelle suomalaiselle dokumenttielokuvalla yhteensä 85 000 euroa. Lisäksi Illume Oy sai useammalle samanaikaiselle hankkeelle myönnettävää toisen vaiheen Slate funding –hankekehittelytukea yhteensä 185 000 euroa neljää eri tuotantoa varten (Media 2013b, 4). Eurimages on eurooppalaisia yhteistuotantoa ja eurooppalaisen elokuvan jakelua sekä digitaalisten kopioiden valmistamista tukeva Euroopan neuvoston alainen rahasto (Mt., 9). Vuonna 2012 suomalaisista dokumenteista Eurimages-tukea myönnettiin 60 000 euroa Susanna Helken ohjaamalle American Vagabondille, joka on suomalaisen For Real Productionin ja tanskalaisen Radiator Filmin yhteistuotanto (Euroopan neuvosto 2013). Viimeisen viiden vuoden aikana suomalaishankkeiden valintaprosentti fiktiot ja dokumentit yhteenlaskettuna on ollut tasan 50 eli 13 hake-  
musta on saanut Eurimages-tukea ja 13 on jäänyt ilman (Kemppinen 2013).

Suomalainen dokumenttielokuva on perinteisesti ollut lähes täysin ennakkorahoitettua, kuten voi päätellä kuvioissa 1 ja 2 näkyvistä tuotantoyhtiöiden pienistä omarahoitusosuuksista. Ennakkorahoitus tarkoittaa muodossa tai toisessa, esimerkiksi tuotantotukina tai esitysoikeuksien ennakko-oston myötä, annettuja takeita elokuvan kulu-  
jen rahoittamisesta. Suuret rahoittajat tekevät päätöksensä usein hyvin samaan ai-

kaan, koska jokaisella täytyy sitoutuessaan olla riittävä varmuus siitä että muukin rahoitus voi toteutua (Astala 2013). Tämän vuoksi keskeisten kotimaisten rahoittajien välillä on aina myös keskusteluyhteys, vaikka päätökset tehdäänkin itsenäisesti ja rahoitus haetaan joka lähteestä erikseen (Mt.).

Siinäkin vaiheessa kun valtaosa rahoituksesta on varmistettuna, ei se vielä näy tuotantoyhtiöiden tileillä. Esimerkiksi elokuvasäätiön myöntämät tuotantotuet tilitetään vaiheittain tuotannon edetessä (SES 2013a). Tuottaja Sami Jahnukainen (2013) kertoo, että ”korvamerkittykin raha vapautuu vasta siinä vaiheessa, kun rahoitus suunnitelma on täynnä”. Tämä tarkoittaa sitä, että jos tuotannolle ei saada riittävää rahoitusta kokoon, päätökset raukeavat. Koska dokumenttielokuvat eivät juuri koskaan tee voittoa, ovat tuotantoyhtiöt jatkuvasti taloudellisesti kädestä suuhun –tilanteessa. Tuottaja Liisa Juntusen (2013) mukaan valmiilla tuotteilla pitäisi pystyä rahoittamaan tulevia, mutta tämä on mahdotonta, koska dokumenttielokuvat eivät tee voittoa.

Siitä huolimatta, että elokuvasäätiön myöntämät tukisummat ovat nousseet, rahoitus tilanne on tuottajien mukaan viime vuosina kiristynyt. Osin tämä johtuu siitä, että aiemmin vahvojen rahoittajien, Yleisradion ja AVEKin käytettävissä olevat tukisummat ovat pienentyneet. Juuri oman tuotantoyhtiön perustanut dokumenttituottaja ja entinen AVEKin tuotantoneuvoja Ulla Simonen (2013) kertoo uskovansa keväällä 2013 ensi-iltansa saaneen *Laulu koti-ikävästä* -dokumentin jäävän omassa tuotannossaan viimeiseksi kokonaan ennakoon rahoitetuksi elokuvaksi. Elokuvasäätiö on mukana 8 eri osarahoittajaa.

Kotimaisten säätiöiden ja rahastojen lisäksi tuotantoihin haetaan entistä useammin ulkomaista rahoitusta. Dokumenttiprojektin pitkäaikaisen tuottajan likka Vehkalahten mukaan suomalaiset dokumenttiprojektin yhteistuotannot saavat isomman osan rahoituksestaan ulkomailta kuin Yleisradiolta (Vehkalahti 2013). Yleensä Yleisradion rahoitusosuus ylittyy sillä, että mukaan lähtee 1-2 ulkomaista tv-kanavaa, tai ulkomainen osatuottaja ja tämän mukana esimerkiksi paikallinen tv-kanava sekä elokuvasäätiö (Aaltonen 2013, 27). Näistä muodostuu myös kuvioiden 1 ja 2 ulkomaisen rahoituksen osuus.

Kansainvälinen rahoitus tarkoittaa paitsi isompaa budjettia tuotannolle, myös tuotannon hidastumista. Antti Haasen (2006, 143) Tampereen teknilliselle yliopistolle tekemän diplomityön mukaan vuosina 1999-2003 tuotetuissa ”Ulkomaista rahoitusta saaneissa dokumenttielokuvissa ennakkovalmisteluvaihe oli keskimäärin 11 kuukautta ja kotimaisissa tuotannoissa 8 kuukautta”. Illume-tuotantoyhtiön tuottaja Venla Hellstedt (2013) puolestaan kertoo, että nykyisin ulkomaisen rahoittajan mukaantulo pidentää tuotantorahoitusprosessia noin puoli vuotta.

Ulkomaisen rahoituksen osuus on kokonaisuudessaan noin kahdeksan prosenttia kotimaisten dokumenttielokuvien rahoituksesta (Kuvio 1). Kuitenkin silloin kun elokuvalla on ulkomaista rahoitusta, on sen osuus Simosen (2013) mukaan usein noin 30–40%. Hän kertoo ulkomaisen rahoituksen hakemisesta, että mitä pidempään sen hankkiminen kestää, sitä suuremmat paineet on saada tuloja kansainvälisestä levityksestä, kun päätökset tehdään yhä useammin vasta kun elokuvasta on olemassa jonkinlainen leikkausversio. Jälkimyynnissä Simosen mukaan nousee avainasemaan dokumenttielokuvista usein eurooppalaisia tv-kanavia varten tehtävä lyhyempi – 52 minuutin mittainen – versio, jonka on oltava tarkkaan hiottu.

Mitä useampia rahoittajatahoja elokuvalla on, sitä kauemmin tuotantovaiheeseen pääseminen kestää. Yhteistuotannoissa siirretään yleensä jokin työvaihe tai -tehtävä osatuottajan toteutettavaksi. Tällöin päätuottaja kantaa vastuun elokuvahankkeen toteutumisesta, on järjestänyt suurimman rahoitusosuuden ja hallitsee myös suurinta osaa oikeuksista, kun taas osa- tai vähemmistötuottaja osallistuu rahoituksen hankintaan ja saa vastineeksi osan tuotoista ja oikeuksista (Hemilä 2004, 67). Samainen osatuottaja voi hakea tukea paikalliselta tukiorganisaatiolta ja myös myydä elokuvan ennakkoon paikalliselle televisiokanavalle (Mt., 7). Kansainvälisen rahoituksen hakeminen on usein paitsi aikaa vievää, myös kallista. Lisäkustannuksia tulee ensisijaisesti matkustamisesta, mutta myös palkka-, kirjanpito-, vakuutus- ja käännöskulut kasvavat (Mt., 18–19). Yhteistuotannoissa on tietysti myös etuja. Ylivoimaisesti tärkeimpänä hyötynä yhteistuotantoihin hakeutuvat tuottajat pitävät rahoitusvajeen paikkaamista, mutta myös kuvauspaikkavalinnat ja muut taiteelliset syyt ovat tuottajille merkittäviä (Mt., 9). Kansainvälisiä dokumenttituotantoja kuvataan usein ulkomaille, jolloin paikallinen osaaminen helpottaa tuotannon toteuttamista ja kuvausjärjestelyitä. Toisinaan ulkomailta haetaan erikoisosaamista tiettyyn tehtävään tai työvaiheeseen.

seen. Lisäksi ulkomaiset osatuottajat tuovat usein mukanaan kaupallisen levityskanavan, kuten mainittua.

Esimerkkinä kotimaisesta vähemmistötuotannosta on terroristi Shakaalia käsittelevä dokumenttielokuva *In the Dark Room*. Saksalaisen Pandora Filmin tuottama ja Nadav Schirmanin ohjaama elokuva saapui maaliskuussa 2013 Suomen elokuvateattereihin. Suomesta elokuvassa oli mukana tuotantoyhtiö First Floor Productions. Elokuvan kuvaaja on suomalainen, samoin elokuvan musiikit on sävelletty ja äänitetty suomalaisten toimesta. Yhteensä elokuvan rahoittamisessa on lopputekstien mukaan mukana peräti 20 eri tahoa ja myös Yleisradio on ostanut elokuvan oikeudet ennakoon (Pandora Film 2013). Suomen elokuvasäätiö myönsi elokuvalla tuotantotukea lokakuussa 2010 (SES 2013b). Maailman ensi-iltansa elokuva sai marraskuussa 2012 Amsterdamin kansainvälisillä dokumenttielokuvafestivaaleilla (First Floor Productions 2013). Dokumentin matka suomalaisen osatuottajan saamasta tuotantotukipäätöksestä tuotannon valmistumiseen kesti siis jopa 25 kuukautta. Haasen (2006, 143) tutkimuksen mukaan suomalaisen dokumenttielokuvan koko tuotannon kesto on keskimäärin 28 kuukautta, josta esituotanto eli käsikirjoitus ja ennakkovalmistelu vie keskimäärin 13 kuukautta, tuotanto 7 kuukautta ja jälkituotanto 8 kuukautta. Uusi tutkimustieto siitä, miten pitkään eri tuotantovaiheet nykyisin vievät ja miten paljon esimerkiksi tuotantoja lykännyt YLE:n rahoitusvaje (SES 2012a, 5) on vaikuttanut eri tuotantovaiheiden keskimääräiseen keston tällä vuosikymmenellä, olisi varmasti hyödyksi tuottajille.

Yhä useampi dokumenttielokuva päättyy elokuvateatterilevitykseen. Silti se ei kuitenkaan juuri koskaan tarkoita sitä, että elokuvan lipputuloilla katettaisiin tuotantokuluja, vaan käytännössä kaikki tulot menevät elokuvan teatterilanseerauksen kulujen kattamiseen. Elokuvan teatterilanseeraus on hyvin kallista. Usein näytelmäelokuvia pienimuotoisemmin lanseerattavien dokumenttielokuvienkin kohdalla kustannukset nousevat kymmeniin tuhansiin euroihin, kuten Elokuväsäätiön markkinointi- ja levitystukipäätöksistä voi päätellä (SES 2013e). Suomen elokuvasäätiö voi sääntöjensä mukaan myöntää markkinointi- ja levitystukea kotimaisen elokuvan ja kansainvälisten yhteistuotantoelokuvien Suomen teatterilevitykseen liittyviin markkinointi- ja levityskustannuksiin (SES 2013a). Levitysyhtiölle myönnettävä tuki on enintään 50 prosenttia levityksestä aiheutuvista kuluista. Tämä tarkoittaa sitä, että jos levitysyhtiö saa

esimerkiksi 40 000 euroa markkinointi- ja levitystukea, kuten Nordisk Filmin levittämä Virpi Suutarin ohjaama Hilton!, tarkoittaa se että levitysyhtiö on sijoittanut siihen itsekin vähintään yhtä paljon (SES 2013e). Hiltonin poikkeuksellisen suurisuuntainen lanseeraus tarkoittaa sitä, että levittäjällä on ollut suuret odotukset elokuvan menestymisen suhteen. Kun yhdestä elokuvateatterilipusta jää keskimäärin 3,5 euroa jaettavaksi levittäjälle ja tuottajalle (Elomäki 2012), tarkoittaa Hiltonin jääminen toistaiseksi vain noin 4000 katsojaan (Kuvio 4) levittäjälle suurta pettymystä. Edellä mainitussa on huomioitava, että markkinointi- ja levitystuen piiriin eivät kuuluu myöskään tietyt levityksen kustannukset tai mahdolliset tuotantoyhtiölle maksetut ennakkomaksut, eli mahdollinen levittäjän tuotantokuluista maksama osuus.

Dokumenttielokuvien elokuvateatterilevityksestä vastaavat levitysyhtiöt osallistuvat dokumenttielokuvien tuotannon rahoitukseen hyvin harvoin. Kukaan haastattelemistani tuottajista ei ollut saanut levitysyhtiöltä ennakkorahoitusta teatterilevitysoikeuksista. Levitysyhtiö SF Film Finlandin toimitusjohtaja Antti Toiviainen (2013) tosin kertoo, että he toisinaan maksavat dokumenteista ennakkoa, mutta investoivat mieluummin levitykseen kuin tuotantoon.

Tekemieni haastattelujen perusteella kävi ilmi, että levitysyhtiöt myös tekevät hyvin usein päätöksen elokuvan teatterilevityksestä dokumenttielokuvien kohdalla vasta kun elokuva on lähes valmis. Toisaalta Joonas Berghällin tuotanto Säilöttyjä unelmia ja tuleva ”Mother’s wish” –työnimellä huhtikuussa 2013 tuotantoon mennyt elokuva ovat poikkeuksia, sillä molemmista on ollut sopimus jo ennen tuotantoa (Berghäll 2013).

Dokumenttielokuvien kohdalla vahva ennakkorahoitus on välttämättömyys. Koska dokumenteille ei ole useinkaan odotettavissa suuria jälkimyyntituottoja, on tuottajien elanto kiinni myynnin sijaan tuottamisessa. Tämä johtaa jatkuvaan tuotantojen ylläpitämiseen, joka on tärkeää siitakin syystä, että elokuvasäätiöltä tuotantotukea myönnetään vain ammattimaisesti toimiville tuotantoyhtiöille.

Toinen yleinen vaatimus tuotantotuelle on laaja levitys, jota Elokuväsäätiön lisäksi elokuvaa tukeakseen vaatii esimerkiksi Kirkon mediasäätiö (Rajamäki 2012). Toistai-



seksi tämä levitys tarkoittaa dokumenttielokuvien kohdalla useimmiten esityssopimusta Yleisradion kanssa.

Todellisuus dokumenttituottajien tilanteesta ei ole kuitenkaan yksiulotteisen karu. Esimerkiksi dokumenttielokuvatuotannon kannattavuudesta voi nostaa tuotantoyhtiö Illumen, joka on toiminut jo 25 vuotta. Dokumenttielokuvien rahoitus on siis kaikista vaihteluistaan huolimatta ainakin toistaiseksi ollut riittävää jatkuvan ja ammattimaisen dokumenttituotannon ylläpitämiseksi. Yhtiössä tuottajana toimiva Venla Hellstedt (2013) toteaa, että toistaiseksi elokuvan kaupallisia tuloja, tv-esitysoikeudet pois lukien ei voi budjetoida dokumenttielokuvan tuotantoon jo senkään vuoksi, että muut rahoittajat eivät pitäisi tätä uskottavana.

#### 4 NYKYISET DOKUMENTTIELOKUVAN LEVITYSKANAVAT

Dokumenttielokuvan rahoitusta ei voi ainakaan nykyisin etukäteen laskea kaupallisen levityksen ja jälkirahoituksen varaan, mutta joitakin mahdollisuuksia dokumenttien jälkirahoitukselle on. Esittelen seuraavassa merkittävimpiä tämänhetkisiä levityskanavia.

Dokumenttielokuvaa on perinteisesti esitetty televisiossa ja festivaaleilla. YLE on tehnyt vuosittain ennakko-ostoja noin 20-30 dokumenttiin, eikä nimikkeiden määrä ole merkittävästi pudonnut heikoimman rahoitustilanteen aikanakaan, vaikka kertaostojen summat ovatkin pienentyneet (Astala 2013).

Teatterilevitykseen päätyneiden nimikkeiden määrä on vaihdellut viimeisen kymmenen vuoden aikana kahden ja kymmenen välillä. Käännekohtana voidaan pitää vuotta 2009, jolloin teattereiden digitalisointi pääsi kunnolla eteenpäin, teattereihin tuotiin ensimmäiset digitaalisella kopiolla levitetyt dokumenttielokuvat ja Pirkanmaan elokuvakeskus käynnisti dokumenttielokuvien levitystoiminnan. Tuolloin katsojat eivät vielä löytäneet dokumentteja suurissa määrin, mutta sittemmin ne ovat muodostuneet oleelliseksi osaksi elokuvateattereiden ohjelmistoja.

Se levitysvaihe, josta television jälkeen jää eniten käteen elokuvan tuottajalle taloudellisessa mielessä, on tallennejakelu eli dvd- ja blu-ray -myynti. Tämä johtuu osin erilaisesta kulurakenteesta ja pienemmistä lanseerauskustannuksista kuin elokuva-teatterilevityksen kohdalla. Vuonna 2011 tallenteiden myynti- ja vuokraustulot jäivät elokuvateattereiden lipputuloihin pienemmiksi, kun summat olivat 57,4 miljoonaa euroa ja 65 miljoonaa euroa (SES 2012). Festivaalit ovat kansainvälisesti merkittävimpiä dokumenttielokuvan levityskanavia.

#### 4.1 Yleisradio

Yleisradiolla ei perinteisesti dokumenttien esityspaikkana ole ollut omassa kategoriassaan kilpailijoita. Kaupalliset kanavat eivät Suomessa ole ostaneet dokumenttielokuvia ohjelmistoihinsa. Suomessa syksyllä 2012 aloittanut elokuvien ja tv-sarjojen suoratoistopalvelu Netflix saattaa lähitulevaisuudessa muodostua kilpailijaksi Yleisradiolle. Toistaiseksi Netflix on ostanut pääasiassa tuotantoyhtiöiltä kokonaisia tuotantokatalogeja, eli kerralla oikeudet kaikkiin yhtiön aiemmin tuottamiin elokuviin, mutta on Hellstedtin (2013) ja Simosen (2013) mukaan myös käynyt jo neuvotteluja yksittäisistä elokuvista ja tv-sarjoista. Hellstedt (2013) näkee, että tämän ansiosta tuottajat saattavat vihdoin päästä kilpailuttamaan Yleisradiota parempien oikeuksien tai korvauksien toivossa. Yleisradion Astala (2013) vastaavasti myöntää, että Yleisradion esitysoikeuksiin liittyvä niin sanottu holdback-aika eli aikaikkuna elokuvateatterijulkaisun ja tv-esityksen välillä sekä Areenaan liittyvät oikeudet tulevat vaikuttamaan hintaneuvotteluihin tulevaisuudessa.

Tuottaja Joonas Berghäll (2013) toivoo, että Yleisradio maksaisi dokumenttien esitysoikeuksista suurempia korvauksia. Hän esittää, että silloin kun ne yltävät katsojamäärissä samaan kuin fiktioelokuvat, pitää niistä myös maksaa yhtä paljon. Tarkkoja lukuja Yleisradio ei esityskorvauksista ulospäin kerro, mutta kyseisen tuottajan mukaan erot pitkän dokumenttielokuvan ja fiktioelokuvan välillä ovat noin viisinkertaiset. Lisäksi hän näkee taloudellisesti ongelmallisena sen, että Yleisradio näyttää dokumenttielokuvat jo noin puolen vuoden kuluttua julkaisemisesta, kun fiktioilla sama aika on noin kaksi vuotta.

Berghäll (2013) esittää, että fiktioelokuvan ja dokumentin korvaukset pitäisi määritellä samoilla kriteereillä: ”Jos katsojaosuudet ovat lähellä toisiaan, niin silloin pitää kysyä millä ne perustelevat hintaeron. Elokuvat on vähintään yhtä laadukkaita”. Esimerkiksi Arto Halosen hiihtodopingista kertova dokumenttielokuva *Sinivalkoinen valhe* keräsi ensiesityksellään Finnpanelin mittauksen mukaan lähetystä seuraamaan keskimäärin yli 500 000 tv-katsojaa, kun se esitettiin Yle TV1:llä alkuvuodesta 2013 ja oli näin myös katsotumpi maaliskuussa kuin esimerkiksi yksikään fiktioelokuva (Finnpanel 2013). Toisaalta on vaikea nähdä, että yleisradio osallistuisi dokumenttielokuvan tuotantokustannuksiin samalla summalla kuin fiktioelokuvan kohdalla, joissa budjetit ovat keskimäärin viisinkertaiset dokumenttielokuvaan verrattuna (SES 2012a, 12)

Tuottaja Sami Jahnukainen (2013) näkee Yleisradion roolin positiivisemmassa valossa. Hän korostaa Yleisradion roolia tuotannon rahoituksessa, koska sen rahoitusosuudet ovat merkittävä osa budjettia, joka voisi jäädä toteutumatta ilman sitä. Tämän vuoksi hänen mukaansa ei ole myöskään ongelmallista, että ”Ylellä on sananvaltaa, koska he ovat siitä aika paljon valmiita maksamaan, toisin kuin levitysyhtiö tai myyntiagentti, joilta ei tule yhtään ennakkoa”. Yleisradion viime vuosien heikosta rahoitustilanteesta johtuen tai siitä huolimatta edelleen pitää paikkansa Haasen tutkimuksen huomio:

YLE:n rooli dokumenttielokuvatuotannoissa on hyvin keskeinen mm. rahoitusvolyymin, dokumenttielokuvatuotantojen käynnistymisen ja esityskanavana toimimisen kannalta (Haase 2006, iii).

Rahoitustilanteesta johtuen vuonna 2010 YLE teki väistämättömän päätöksen karsia rajusti talon ulkopuolisia ostoja, juuri kun suomalainen dokumenttielokuva oli löytänyt yleisöä elokuvateattereista saman vuoden keväällä ensi-iltansa saaneiden *Veskun*, *Reindeerspottingin* ja *Miesten Vuoron* menestyksen myötä. Tämän seurauksena Suomen elokuvasäätiö joutui 2011 tuotantotuen sijaan myöntämään yhä useammin dokumenttituotannoille kehittelytukea, jotta tuotannot eivät keskeytyisi. (SES 2011, 4 ja SES 2012a, 5).

## 4.2 Elokvateatterilevitys

Elokvateatterilevitykseen päätyy yhä useampi dokumenttielokuva. Ensi-iltanimikkeiden kasvanut määrä johtuu suurelta osin elokvateatterisalien tehokkaasta digitalisoimisesta. Suomi on tilanteessa Euroopan kärkijoukoissa, kun yli 90% elokvateatterisaleista on digitalisoitu (OKM 2013). Digitalisoimisen myötä kopiot ovat halvempia valmistaa ja kuljettaa kuin vanhat filmiprintit. Kun filmikopio maksoi noin 1000 euroa, digitaalinen DCP-kopio maksaa noin 200-250 euroa (SES 2011b, 4). Näin elokuvia on mahdollista levittää teattereihin laajemmalle ja nopeammin ja myös pienen yleisön elokvat, joita dokumentit usein ovat, pääsevät ainakin käymään elokvateattereissa. Entistä laajempi levitys ei välttämättä suoraan korreloi katsojalukuihin.

Kuluvalla vuosikymmenellä suurimpia dokumenttielokvien katsojalukuja ovat keränneet vuoden 2010 ensi-illat, 64 073 katsojaa kerännyt Reindeerspotting ja 49243 katsojan Miesten vuoro, joita levitettiin ainoastaan filmikopioina. Vastaavasti 36 992 katsojaa kerännyttä, samana vuonna ensi-iltansa saanutta Vesku-dokumenttia levitettiin teattereihin sekä filmikopiona että digitaalisena. (Kuvio 4.)

Digitaalisen teatterilevityksen arvo dokumenteissa onkin ehkä suuria katsojaodotuksia enemmän tarjonnan monimuotoisuudessa, jonka halvemmat kopiot mahdollistavat. Samalla kun isommat levittäjät, kuten Nordisk Film, Disney, SF Film ja Scanbox tuovat teattereihin lähtökohtaisesti isomman katsojapotentiaalin elokuvia (Ahokas 2013), ovat pienemmät levittäjät uskaltaneet tuoda pienemmälläkin katsojaodotuksella dokumenttielokvia teattereihin. Nimikkeiden määrissä tehokkain dokumenttielokvien levittäjä on ollut vuodesta 2009 alkaen Pirkanmaan elokvakeskus PEK, joka on tuonut vuosittain teattereihin kahdesta viiteen dokumenttielokvaa (Kuvio 4).

Pirkanmaan elokvakesuksen levittämistä dokumenttielokvista Tuntematon emäntä vuodelta 2011 on kerännyt jopa 20501 katsojaa ja keväällä 2013 ensi-iltansa saanut Laulu koti-ikävästä oli ensimmäisen kolmen ja puolen viikon aikana saanut liki 8000 katsojaa (Kuvio 4). Kuitenkin useat PEKin levittämistä elokvista jäivät alle 2000 kat-

sojan. PEKin elokuvateatterilevitystoiminnasta vastaava Juha Elomäki kertoo yleisötavoitteiden olevan tapauskohtaisia.

Ennakkoarvioinnissa markkinointi- ja levityssuunnitelmaa ja budjettia rakennetaan jokaisen elokuvan kohdalla erikseen. Katsojaodotukset vaihtelevat suuresti elokuvasta riippuen. Meillä elokuvan sisältö ja elokuvalliset ansiot ovat korkeita kriteerejä. (Elomäki 2013.)

Elokuvien digitalisoitumisen myötä etenkin teatterilevitykseen tulevien dokumenttielokuvien kuvanlaatua on kritisoitu. Muun muassa Antti Alanen (2011, 13) toteaa, että vaikka sisältö on rikastunut, on kuvanlaatu heikentynyt. Alanen (2011, 13) myöntää, että esimerkiksi huumenuorten elämästä kertovassa Reindeerspotting -elokuvassa heikko kuvanlaatu voi olla perusteltua, mutta silti visuaalisen laadun heikkeneminen ei ole hyväksi dokumenttielokuvan arvostukselle. Myös Harri Ahokkaan (2013) mukaan heikomman kuvanlaadun tendenssi on havaittavissa dokumenttielokuvien kohdalla.

Teattereihin on tullut paljon sellaisia dokumentteja, jotka eivät olisi filmiaikakaudella ikipäivänä saaneet levitystä (Ahokas 2013).

Koska levityskulut ovat paljon filmiaikakautta pienemmät, elokuvia tulee teattereihin enemmän. Pienemmät levityskulut ovat myös johtaneet siihen, että levittäjät voivat odottaa teatterilevityspäätöksensä kanssa jopa esityskopion valmistumiseen saakka. Tämä on näkynyt osin kevään 2013 dokumenttielokuvien ruuhkana elokuvateattereissa. Monilla elokuvilla tv-esitys uhkaa loppuvuodesta ja siksi dokumenttielokuvat ovat tulleet ryppäänä teattereihin. Dokumenttituottajille olisikin tärkeää sitouttaa levittäjä tuotantoon jo tuotantovaiheessa, samalla tavalla kuin fiktioissa. Näin levittäjän markkinointiosaamisesta olisi enemmän hyötyä tekijälle ja tuottajalle. (Ahokas 2013.)

Simonen on Ahokkaan kanssa samaa mieltä levittäjän sitouttamiseen liittyen, mutta muistuttaa ettei asia ole niin yksinkertainen.

Tuottajan näkökulmasta levittäjän mukanaolo alusta asti olisi ensisijaisen tärkeää, ongelmana on se, etteivät levittäjät viime vuosina ole sitoutuneet ennen kuin näkevät lähes valmiin elokuvan. Fiktioon verrattuna dokumentin lupaus valmiista elokuvasta on paljon vaikeampi hahmottaa. (Simonen 2013.)

Ensi-illat 2009	Ensi-iltapäivä	Filmikopiot	Digitaaliset ensi-iltasalit	Katsojat	Levittäjä
Magneettimies	16.10.2009		7	1 638	PEK
Täynnä tarmoa	1.5.2009	1	5	1 445	Bio Rex
Kansakunnan olohuone	11.9.2009		7	340	PEK
Liikkumavara	23.1.2009		9	144	PEK

## Ensi-illat 2010

Reindeerspotting	9.4.2010	6	0	64 073	Nordisk
Miesten vuoro	26.3.2010	6	0	49 243	Nordisk
Vesku	3.9.2010	25	31	36 992	FS Film/FS
Auf Wiedersehen Finnland	12.2.2010	0	1	4 220	EK
ITO – kilvoittelijan päiväkirja	12.11.2010	1	0	2 377	CM
Freetime Machos	3.12.2010	4	0	1 940	PEK
Tuomari Nurmio stadilaista tangoa etsimässä	19.3.2010	3	10	626	FS Film/FS
Rautaa rajan taa	16.4.2010	1	4	334	FK
Sielunpelastajat	26.11.2010	1	0	267	PEK

## Ensi-illat 2011

Tuntematon emäntä	4.2.2011	4	15	20 501	PEK
Mama Africa	12.8.2011	0	3	8 509	FS FILM/FS
Ikuisesti sinun	11.11.2011	0	17	5 645	PEK
Salla - Selling the Silence	11.3.2011	3	3	3 155	PEK
Sinkkuelämän säännöt	1.4.2011	3	14	3 035	SMD
Taistelu Turusta	29.4.2011	0	8	2 947	PEK
Hiljaa toivotut	11.11.2011	0	4	1 062	EK

## Ensi-illat 2012

Metsän tarina**	28.12.2012		36	69 199	Nordisk
Kuningas Litmanen	28.9.2012		73	29 132	FS Film/FS
Robin**	5.12.2012		86	28 359	Nordisk
Rouva Presidentti	30.3.2012		24	23 364	SB
Kovasikajuttu	4.5.2012		43	19 702	Disney
Sinivalkoinen valhe	5.10.2012		53	6 585	FF
Säilöttyjä Unelmia	27.1.2012		14	5 850	FS Film/FS
Punaisen metsän hotelli	13.1.2012		11	1 682	PEK
Russian Libertine - Venäjän vapain mies	11.5.2012		11	1 419	Atlantic
Kummitetäni thaimorsian	16.11.2012		9	1 180	PEK

## Ensi-illat 2013 \*\*

Laulu koti-ikävästä	5.4.2013		31	7 983	PEK
Tavarataivas	1.2.2013		9	4 822	Elokuvakontakti
Hilton!	15.3.2013		10	4 040	Nordisk Film
Alaska Highway	19.4.2013		32	2 731	SF Film
Viru - tarinoita hotellista	1.3.2013		12	1 650	PEK
Häätanssi	18.1.2013		4	744	PEK
Soundbreaker	22.3.2013		6	351	PEK
In the Dark Room - Pimennossa*	15.3.2013		4	202	PEK

\* kansainvälinen vähemmistötuotanto

\*\* Katsojaluvut 29.4.2013 mennessä Suomen elokuvasäätiön tilastojen mukaan

Kuvio 4. Suomalaisten teatterilevityksessä olleiden dokumenttielokuvien ensi-iltatilastot. (SEL 2013, SES 2013c ja SES 2013h)

Oleellista dokumenttielokuvan teatterilevityksessä on Simosen (2013) mukaan tavoitteenasettelu. Hän arvelee, että dokumenttielokuvalla huippuluvut ovat 60 000 katsojan kohdalla jo Suomen asukasluvun vuoksi ja jo 20 000 katsojaa on hyvä tulos. Entisenä rahoittajana hän on myös sitä mieltä, että suuri teatterilevitykseen päätyvien nimikkeiden lukumäärä on huono asia. Ahokas (2013) uskoo nimikkeiden määrän olevan sopiva, mutta toteaa, että niiden ensi-iltapäiviä on jaettava tasaisemmin pitkin vuotta, jotteivät ne joutuisi kilpailemaan keskenään. Hän näkee, että keväällä 2013 lyhyen ajan sisään ilmestyneet useat dokumenttielokuvat ovat kilpailleet toistensa kanssa.

On tasapainoiltava sen kanssa, ettei synny mielikuvaa, ettei niitä (dokumentteja) kukaan käy katsomassa (Simonen 2013).

Dokumenttituottajille teatterilevitys merkitsee ennen kaikkea markkinointia. Vaikkei vuodessa ilmesty välttämättä kuin muutamia dokumenttielokuvia, jotka saavat yli 5000 katsojaa, on teatterilevityksellä oma arvonsa. Haastattelemani tuottajat ovat yksimielisiä siitä, että elokuvateatterilevitys on paras tapa markkinoida elokuvaa. Tuottaja Liisa Juntunen (2013) toteaa, ettei Suomessa ole mahdollisuutta saada samaa määrää mediahuomiota elokuvalla muuten kuin teatterilevityksellä. Vaikka niin sanottu word of mouth eli puskaradio leviää entistä nopeammin sosiaalisen median myötä, ovat perinteiset tiedotusvälineet edelleen arvokkaita tuottajille (Hellstedt 2013). Jahnukainen (2013) puolestaan kertoo teatterilevityksen olevan laadun tae silloin kun katsoja valitsee elokuvaa dvd-hyllyllä tai television ohjelmätietoja lukiesaan. Hänen mukaansa teatterilevitys on markkinointikeino tallennemyynnille ja muulle levitykselle.

Dokumenttielokuvien teatterilevityksen yksi suurimmista haasteista on suomen elokuvateatteriketjurakenne. Ahokkaan (2013) mukaan Suomessa on hyvin heikko niin sanottujen art house –teatterien, eli taiteellisempiin elokuviin keskittyvien teatterien ketju. Hän toteaa, että Suomessa dokumenttielokuva esitetään niin sanotuissa normaaleissa elokuvateattereissa. Sen vuoksi elokuvasäätiössä pidetään tavoitteena, että dokumenttielokuva olisi fiktioelokuvien kanssa samalla viivalla, kun elokuvateattereissa tehdään ohjelmistopäätöksiä.

Dokumenttia pitää markkinoida vähintään samalla tavalla kuin fiktiotakin. Monesti dokumentti antaa markkinoinnille aivan toisenlaisen lähtökohdan kuin fiktio, että myydään jotain tärkeää – Jos turhanpäiväisiä asioita markkinoidaan, niin minkä vuoksi ei tärkeitä asioita? (Ahokas 2013.)

Finnkino-elokuvateatteriketjulla on Suomessa hallussaan noin 70 prosentin osuus elokuvateatterimarkkinoista. Yhdessätoista eri kaupungissa toimiva Finnkino on siis elokuvamarkkinoilla määräävässä asemassa. Yritys ottaa ohjelmistonsa myös dokumenttielokuvia, mutta hyviä esityspaikkoja ja -aikoja niille ei saleissa juuri riitä, paitsi jos dokumentti menestyy. Elokuvateatterit – myös yrittäjävetoiset – laskevat salien täyttöprosentit tarkkaan ja monesti dokumenttielokuvien keräämät yleisöt ovat liian pieniä salien paikkamääriin nähden. Juntunen (2013) peräänkuuluttaa enemmän ja pienempiä saleja, Jahnukainen (2013) toivoo niitä erityisesti Helsinkiin. Dokumenttielokuvienkin kohdalla esitysajat katsotaan viikko kerrallaan. Jos salit ovat tyhjillään, elokuvat häviävät nopeasti ohjelmistosta.

Elokuvalevitystoiminnan lisäksi Pirkanmaan elokuvakeskus ylläpitää Tampereella Niagara-elokuvateatteria, jossa dokumenttielokuvillakin on merkittävä asema. Oman salin vaikutusta levitystoimintaan teatterinhoitaja Elomäki (2013) pitää merkittävänä.

Esitysaikojen saaminen teattereihin on digitaaliaikana kiristynyt (tämä koskee kaikkia elokuvia), joten Arthouse Cinema Niagaran merkitys on iso, sillä sen kautta toiseksi suurimmassa elokuvakaupungissa dokumenttielokuvalla on oma esityspaikka. (Elomäki 2013.)

Suomen elokuvakontaktin levittämä Petri Luukkaisen ohjaama Tavarataivas-dokumenttielokuva on huhtikuun 2013 lopussa lähestymässä elokuvateatterikierroksensa päätöstä. Nostan elokuvan yleisölukuja esiin, koska olen itse vastannut elokuvan teatterilevityksestä ja pidän yleisöjakaumaa hyvin kiinnostavana. Vertailun vuoksi: Saunassa elämäntarinoitaan jakavia suomalaismiehiä hyvin tunteisiin vetoavasti kuvaava Miesten vuoro jatkoi elokuvateattereissa yli vuoden ja nousi viikon katso-  
tuimpien elokuvien Top20-katsojalistalle vielä kolme kuukautta ensi-illan jälkeen (Berghäll 2013). Nuoren helsinkiläismiehen kulutuskriittisestä ihmiskokeesta humoristisesti kertova Tavarataivas sen sijaan ei ole noussut listalle koko levityskierroksensa aikana. Elokuva on kerännyt 29.4.2013 mennessä 4822 katsojaa, joista 51 prosenttia Finnkinon Helsingin teattereista, 18 prosenttia muista Finnkinon teattereista, 11 pro-



senttia Tampereen Niagarasta ja loput 20 prosenttia muilta 17:ltä paikkakunnalta, joissa elokuvaa on esitetty.

Suomalaisen dokumenttielokuvan laajaan tarjontaan vaikuttanut elokuvateatterien digitalisointi aloitettiin 2000-luvun lopulla. Pienille teattereille digitalisoinnin kustannuksiin myönnettiin Suomen elokuvasäätiön tukea, mutta Finnkinon uudistuksia tuettiin vain erityistapauksissa. Uuden laitteiston hankkiminen kymmeniin saleihin oli merkittävä kustannuserä jopa Finnkinolle. Digitalisoinnin toteuttamista varten Finnkinon solmi sopimuksen välittäjäyritys Arts Alliance Median (AAM) kanssa. Maksaakseen lainansa laitteistot toimittaneelle AAM:lle, Finnkinon on kutsunut levittäjät talkoisiin. Elokuvalevittäjät maksavat muutaman vuoden ajan AAM:lle Virtual Print Fee (VPF) -korvausta, jonka perustana on levittäjälle digikopion käytöstä syntyvät hyödyt, verrattuna aiemmin käytössä olleeseen filmiprinttiin. Kyseessä on eräänlainen lisävuokra, joka on noin 600 euroa teatterisalia kohden viikossa. (mm. Kinnunen 2011 ja SES 2011b, 25-26.)

Levittäjän maksettavaksi tuleva VPF-korvaus lasketaan monimutkaisesti, mutta ongelmallisempaa alalla on pidetty sen vaikutuksia pienen yleisön elokuville. VPF-korvaukset voivat helposti ylittää pieneltä paikkakunnalta levittäjälle tulevat lipputulot, jos elokuva pyörii teatterissa vain viikon tai kaksi, kuten kävi Tavarataivas-dokumentin kohdalla. Ahokas (2013) toteaa, että VPF-maksuja ei hyväksytä levityksen kuluksi Elokuväsäätiön markkinointi- ja levitystukea haettaessa.

Kilpailuvirasto on rekisteröinyt Finnkinon määräävään markkina-asemaan jo 1990-luvun alussa. EU-komission kanssa tehty notifikaatio Suomen valtion elokuvatuista lähtee siitä, että elokuvateatteritukia ei voida antaa sellaiselle taholle, joka on ”suuri teatteriketju”. (Ahokas 2013.)

VPF-maksut eivät koske muita kuin Finnkinon teattereita. Senkin vuoksi Ahokas (2013) pitäisi hankalana ajatusta, että kaksi osapuolta – Finnkinon ja levittäjät - voisivat sopia että kolmas osapuoli, Elokuväsäätiö maksaisi laskun. Hän myös korostaa, että digitalisoinnista on ollut valtavasti hyötyä levittäjille. Hän muistuttaa myös, että levittäjät voivat säädellä maksua suunnittelemalla levitysaikataulua. Jos elokuvaa esitetään vain muutamissa Finnkinon teattereissa kerrallaan, tulee VPF-laskusta pienempi. Vaikka VPF-ongelma koskee vain Finnkinon, ei sen ulkopuolisiin teattereihin

keskittyminen ei myöskään ole vaihtoehto, mikäli mieltä saada elokuvalla valtakunnallista huomiota ja katsojia, kuten voi päätellä esimerkiksi aiemmin esittelemästäni Tavarataivaan katsojalukujen jakaumasta eri teattereiden kesken.

Vaikka Suomessa tulee teatterilevitykseen vuosittain useita dokumenttielokuvia, ovat ulkomaiset dokumenttielokuvat harvassa. Vuosina 2009-2012 Suomessa teatterilevitykseen on tullut vain muutamia ulkomaalaisia dokumenttielokuvia, joista katsotuimmiksi ovat nousseet dokumenttia ja jännityselokuvaa sekoittava *Océans* sekä tanssielokuva *Pina*. Kummatkin vuoden 2011 ensi-illat keräsivät hieman yli 10 000 katsojaa (SEOL 2013). Ruotsissa yli 240 000 katsojaa kerännyt *Palme*-dokumentti ei saanut Suomessa kuin noin 5000 katsojaa, samoin parhaan dokumenttielokuvan Oscar-palkinnon voittanut *Searching For Sugar Man* on 29.4.2013 mennessä vain 6979 katsojaa, kun Ruotsissa elokuva on saavuttanut yli 112 000 katsojaa (SFI 2013 & Cinema Mondo 2013 & Scanbox 2012). Vastaavasti Suomessa hyvin menestynyt *Miesten vuoro* –dokumentti keräsi Ruotsissa elokuvateattereissa hieman yli 8000 katsojaa (SFI 2013).

Kansainvälinen teatterilevitys ei useinkaan tarkoita tuloja tuottajalle. Puhuessaan suomalaisille elokuvatuottajille brittiläinen levittäjä Clare Binns (2012) kehotti heitä miettimään, olisiko taloudellisesti järkevämpää viedä elokuva esimerkiksi Iso-Britanniassa suoraan dvd:lle teatterilevityksen sijaan, sillä elokuvateatterilanseerauksen kustannukset ovat niin isot, ettei niitä yleensä pienen yleisön elokuvien – joita kaikki ulkomaiset väistämättä ovat – lipputuloilla kateta. Tuottaja Joonas Berghäll (2013) puolestaan totesi, ettei ole ”nähty euroakaan” *Miesten vuoro* -dokumenttielokuvastaan ulkomailta kertyneistä lipputuloista. Elokuva sai teatterilevityksen Suomen lisäksi Uudessa-Seelannissa, Puolassa, Ruotsissa ja Norjassa keräten muutamia tuhansia katsojia kussakin maassa. Luvuilla paikallinen levittäjä saa Berghällin (Mt.) mukaan omat kulunsa pois ja haettua mahdollisesti jälkitukea Mediasta tai vastaavasta rahastosta.

Elokvissakävijöinä suomalaiset ovat samanhenkisiä muiden pohjoismaalaisten kanssa. Kotimaisten elokuvien katsojaosuus oli Suomessa vuonna 2012 jopa 28 prosenttia, yhtä paljon kuin Tanskassa ja hieman enemmän kuin Norjassa, Ruotsissa ja Islannissa. Tosin asukaslukuun suhteutetuissa katsojamäärissä suomalaiset jäävät

selkeästi jälkeen muista pohjoismaista (Kuvio 5). Pohjoismaisissa katsojalukutilastoissa ei ole eroteltu dokumenttielokuvien osuutta katsojista. Suomessa kotimaiset dokumenttielokuvat keräsivät vuonna 2012 noin 1,45 prosenttia kaikista katsojista ja 5,20 prosenttia kotimaisen elokuvan katsojista (SEL 2013).

	Käynnit 2012	Kotimaisten elokuvien katsojaosuus	Käyntiä / asukas
Suomi	8 500 000	28 %	1,6
Ruotsi	18 400 000	22 %	1,9
Norja	12 100 000	18 %	2,4
Tanska	14 200 000	28 %	2,5
Islanti	1 400 000	10,5 %	4,4

Kuvio 5. Pohjoismaiset elokuvissakäyntitilastot 2012. (Cineuropa 2013a-e).

#### 4.3 Tallennejakelu

Tallennejakelu on haastattelemini tuottajien mukaan nykytilanteessa käytännössä ainoa jälkimyyntikanava, josta heille on taloudellista hyötyä. DVD- ja Blu-ray –tallenteiden myynti on euromääräisesti Suomessa suunnilleen samoissa lukemissa kuin elokuvateattereiden lipputulot, mutta vuosittainen vaihtelu on molemmissa merkittävää. Tuottajille näistä myynneistä jää toki paljon suuremmat osuudet kuin teatterilipputulosta.

Dokumenttielokuvien tallennejakelu ei automaattisesti takaa suuria hyötyjä tai suuria myyntimääriä. Tarkkaa yhteenvetoa myyntiluvuista on vaikea tehdä, sillä luvut eivät ole julkisia samaan tapaan kuin elokuvateattereiden kävijämäärät ja lipputulot. Nordisk Filmin tallennelevityksen kaupallisen johtajan, Juha Ruokolahden (2013) mukaan 25.4.2013 mennessä 2010-luvun menestyneimpiin dokumenttielokuviin kuuluvia kolmea elokuvaa oli myyty tallenteina seuraavasti. Miesten vuoro 37 796 kappaletta, Reindeerspotting 26 573 kappaletta ja Robin 26 025 kappaletta. Robin-dokumentti on ilmestynyt tallenteena vasta vuonna 2013, joten sen myyntilukujen voi odottaa kasvavan vielä selvästi. Toisenlaisena esimerkkinä vuoden 2012 dokumentti Säilöttyjä unelmia keräsi elokuvateattereissa vain 5105 katsojaa (SES 2013h). Elo-

kuvaa levittävän SF Filmin Toiviainen (2013) kertoo, että elokuvan tallennetta on myyty alle 3000 kappaletta. Useassa maassa kuvatun suurdokumentin budjetti on jopa 430 000 euroa (SES 2013i). Myös Toiviainen (2013) myöntää, että myyntitulos on pettymys.

#### 4.4. Festivaalit

Dokumenttielokuvaan keskittyvät festivaalit ovat elokuvien tekijöille ja tuottajille tärkeitä levitys- ja markkinointikanavia. Elokuva festivaalit tarjoavat paitsi näkyvyyttä tuotannoille, myös arvokkaita verkostoitumisen ja rahoituksen foorumeja tekijöille (SES 2012a, 14).

Kansainvälisistä festivaaliesityksistä maksetaan lähes aina myös esityskorvauksia, mutta ne ovat niin pieniä, että monet myyntiagentit ottavat festivaalikorvauksen kokonaan. Tuottajalle ei festivaaliesityksistä silloin ole suoraa taloudellista hyötyä, ellei festivaali maksa tekijän osallistumisen kuluja tai tarjolla ole rahapalkintoa. (Simonen 2013.)

Kansainvälisesti tärkeitä festivaaleja ja niihin liittyviä rahoitusfoorumeita ovat muun muassa Sheffieldin elokuvafestivaalit, Toronton Hot Docs ja tärkeimpänä Amsterdamin IDFA (SES 2012a, 14). Kotimaassa dokumenttielokuvan kannalta tärkeimmät festivaalit ovat puhtaasti dokumentteihin keskittynyt DocPoint – Helsingin dokumentti-festivaali sekä lyhytelokuvaa ja dokumentteja esittävä Tampereen elokuvajuhlat. Kummatkin festivaaleista keräävät vuosittain noin 30 000 kävijää (Mt. 21). Festivaalien merkitystä esityspaikkana voi tarkastella myös siitä näkökulmasta, että DocPoint tai Tampereen elokuvajuhlat voivat olla monille pitkille dokumenttielokuville ainoita esityspaikkoja kotimaassa televisiota lukuunottamatta. Vastaavasti ulkomaiset festivaalit ovat hyvin usein suomalaisille dokumenteille tärkeitä ja ainutlaatuisia esityspaikkoja ulkomailla.

## 5 UUDET LEVITYSKANAVAT

Elokvien kansainvälisessä leviämisessä perinteisiä välineitä käyttäen on yksi suuri hidaste markkinoiden territoriojaottelu. Elokuvan esitysoikeuksista käydään yleensä kauppaa territorio eli markkina-alue kerrallaan. Maailma on jaettu yli 90:ään markkina-alueeseen, joissa kussakin toimiminen vaatii omaa erikoisosaamista ja kontakteja (Sin 2013). Isoilla amerikkalaisilla studioilla on yleensä kullakin alueella omat levitystoimistonsa, mutta pienet yhtiöt – jollaiset Suomessa useimmiten dokumentteja tuottavat – joutuvat turvautumaan myyntiagentteihin (mt.). Ulla Simonen (2013) uskookin, että levitystoiminta tulee eriytymään isoihin toimijoihin, kuten kansainvälisiin myyntiagentteihin ja vastaavasti tee-se-itse-hengessä toimiviin pienempiin tekijöihin.

Pienen yleisön elokuvissa leviäminen markkina-alueelta toiselle on hidasta. Dokumentit ovat suosituimmillaankin väistämättä pienen yleisön elokuvia, joilla harvoin on sovittuna kansainvälistä levitystä ennen elokuvan valmistumista. Simosen (2013) mukaan kansainvälisen festivaaliavauksen merkitys jälkimyynnille on suuri. Tämä tarkoittaa sitä, että ellei elokuva saa kansainvälistä ensiesitystään merkittävällä festivaalilla, ei sillä ole juurikaan mahdollisuuksia päätyä muuhunkaan levitykseen ulkomailla. Dokumenttielokuvatuottajat näkevät mahdollisuutensa kansainvälisessä verkolevityksessä. Jos elokuva on kaikkien saatavilla kaikkialla, se voi saada myös katsojia. Pelkkä verkkolanseeraus on kuitenkin vaikea toteuttaa, sillä elokuvan julkaisu tarvitsee onnistuakseen suurta julkisuutta ja huomiota. Hellstedt (2013) näkee festivaalien olevan hyviä katalyyttejä yleisön kiinnostukselle jatkossakin.

Elokuvaa julkaistessa menestyksen avain on elokuvan markkinoinnissa. Jos elokuvan aihe on yleisesti tunnettu, on huomion saaminen verkossa helpompaa, mutta silloin kun elokuvan aihe on vähemmän tunnettu, on tuottaja Sami Jahnukaisen (2013) mukaan suurin työ markkinoinnissa. Hänen mukaansa oleellista on saada potentiaaliset katsojat tietoisiksi tarjolla olevasta tuotteesta.

On mietittävä, mitkä ovat elokuvan kohderyhmiä, kuinka ne saadaan teattereihin ja miten niille markkinoidaan, sen sijaan että mietittäisiin mihin teattereihin elokuvaa viedään ja kuinka monella kopiolla (Jahnukainen 2013).

Jahnukainen (2013) näkee, että tulevaisuudessa elokuvien levitysyhtiöiden toiminta muuttuu nykyisestä lähemmäksi markkinointiyhtiöiden toimintaa. Yhtiöt voivat olla hänen mukaansa samoja kuin nykyisinkin, mutta toiminnan fokus keskittyy entistä enemmän markkinointiin. Tämä koskee niin tuottajia, levittäjiä kuin myyntiagenteja. Lisäksi hän ehdottaa mallia, jossa elokuva tulisi valmistuttuaan myytäväksi verkkoon tai tallenteena globaalisti. Sitten mahdolliset muut jakelukanavat tukisivat tätä julkaisua, kuten tehtiin esimerkiksi LCD Soundsystem –yhtyeestä kertovan dokumenttielokuvan *Shut Up and Play the Hits* kohdalla, joka oli teatterilevityksessä Yhdysvalloissa ainoastaan yhden vuorokauden ajan (Dawson 2012).

Verkkolevitystä varten ei ole Jahnukaisen (2013) tai Juntusen (2013) mukaan tarvetta luoda uusia kanavia, koska kanavat ovat jo olemassa. Heidän mukaansa tärkeintä on markkinointi. Verkkopalvelut kuten *distriby*, *Vimeopro* ja *iTunes* ovat tunnetuimpia kanavia, joissa katsojille myydään mahdollisuuksia yksittäisten elokuvien katsomiseen streamaamalla, eli suoratoistona. Muita erityisesti dokumenttielokuvaan keskittyneitä alustoja ovat muun muassa *Doc Alliance* *Dokumen.tv*. VoD-palvelut, joissa tiedostot tarjotaan omalle kovalevylle ladattavaksi ovat harvinaistuneet piratismiin uhan vuoksi.

Kotimaisia VoD-palveluita ovat muun muassa *Elisa Viihde*, sekä *SF Filmin SF Anytime*, jossa on myös muiden levittäjien elokuvia. *SF Filmin* Antti Toiviainen (2013) kertoo, että he pyrkivät uusia levityssopimuksia tehdessään aina tekemään teatteri- ja dvd-levityksen lisäksi sopimuksen myös VoD-levityksestä

Streaming-palveluilla tarkoitetaan alustoja, joissa elokuvatiedostoa toistetaan samaan tahtiin kun se siirtyy verkon yli, eli toisto alkaa lähes välittömästi sen sijaan, että elokuvatiedosto ladattaisiin ensin tietokoneelle (YLE 2013). Tämä keino estää myös piratismia tehokkaammin, kun katsojille ei jää tiedostoa, jota voisi kopioida ja levittää edelleen. Sen lisäksi, että streaming-palveluista on vaikea kopioida elokuvatiedostoja, on niiden helpon saavutettavuuden osoitettu vähentävän piratismia ainakin musiikkiteollisuudessa (NDP 2012). Saman voisi olettaa tapahtuvan myös elokuvateollisuudessa *Netflixin* ja muiden vastaavien palveluiden myötä.

Muun muassa Jahnukainen (2013) vertaa elokuva-alan tilannetta musiikkialan tilanteeseen 10-15 vuotta sitten. Hänen mukaansa elokuva-alalla on nyt edessään samanlaiset ongelmat. Samoin ratkaisut ovat samanlaisia. Hän esittää Netflixin olevan elokuville sama asia kuin Spotify on musiikille. Lisäksi Jahnukainen myöntää, että tekijöille jäävät mahdollisesti pienemmät rojaltit kuin perinteisissä levityskanavissa. Hänen mukaansa se, ei kuitenkaan ole relevantti kysymys, sillä tekniikka kehittyy ja kulutustottumukset muuttuvat. Jahnukainen painottaa, että tuottajien on itse muututtava samalla ja etsittävä uudenlaisia rahoitus- ja ansaintamahdollisuuksia.

Suomen elokuvasäätiön kotimaan levityspäällikkö Harri Ahokas (2013) toivoo isoista VoD-toimijoista uutta ennakkorahoituksen lähdettä. Hän painottaa, ettei tuottajien kannata antaa elokuviaan niihin ilmaiseksi.

Jos ajattelee Elisaa tai Soneraa, niin siellä käytettävissä olevat tulovirrat ovat sellaisia, että luulisi olevan potentiaalia rahoittaa muutamalla kymmenellä tuhannella sellaista dokumenttia, jonka saavat omaan jakeluunsa ensi-illan jälkeen (Ahokas 2013).

Netflixissä suomalaisia elokuvia on toistaiseksi niukasti, lähinnä Blind Spot Pictures – tuotantoyhtiön tuotannot käsittävä katalogi sekä muutamia muita elokuvia (Netflix 2013). Tuottaja Ulla Simonen (2013) ei pidä omalla kohdallaan Netflixin kanssa käytävää kaupantekoa vielä ajankohtaisena, vaan keskittyy enemmän muihin kanaviin. Hän näkee tässäkin myyntiagenttien roolin merkittäväksi; kun yhdellä kauppialla on useampia tuotteita, on kaupanteko kiinnostavampaa molemmille osapuolille.

Myös joukkorahoitus, jossa tuotannosta kiinnostuneet yksittäiset henkilöt voivat osallistua tuotannon rahoittamiseen, kiinnostaa tuottajia. Hellstedtin (2013) mukaan joukkorahoituksen isoin arvo on elokuvan ennakkomarkkinoinnissa, sillä tuottaja saa käyttöönsä kiinnostuneiden rahoittajien eli potentiaalisen yleisön yhteystiedot ja näkemyksiä jo tuotannon aikana. Hellstedt lisää kuitenkin, että Suomessa joukkorahoituksella ei ole perinteitä ja se on siksi perusteltava paremmin kuin esimerkiksi rahan kerääminen hyväntekeväisyyteen. Siksi kampanjoiden on hänen mukaansa levittävä Suomen ulkopuolelle, jolloin myös aiheiden on oltava kansainvälisiä. Onnistuneeksi suomalaiseksi joukkorahoituskampanjaksi hän nostaa fiktioelokuvan puolelta Timo

Vuorensolan ohjaaman Iron Sky –elokuvan, joka keräsi jopa 1,2 miljoonaa euroa erilaisten joukkorahoitusvälineiden avulla (Blind Spot Pictures 2013).

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Dokumenttielokuvien rahoituksen suurin uhka tällä hetkellä on Opetus- ja kulttuuriministeriössä kulttuurin hallinnonalaan kohdistuvat säästöt. Kaikkia veikkausvoittovaroilla toimivia tahoja koskevat lähivuosina samat säästöpaineeet, kun jakajien määrä lisääntyy Valtion taidemuseon siirtyessä säätiöittämissä yhteydessä veikkausvoittovaroilla toimivaksi. Vielä ensi vuodelle suurta laskua ei kuitenkaan ole tiedossa (OKM 2013). On sääli, jos Elokuvasäätiön käytettävissä olevat varat kääntyvät laskuun, nyt kun ne on viimeisten vuosien aikana saatu lähemmäs pohjoismaista tasoa. Kun vielä vuonna 2007 Suomen elokuvasäätiön tukivarat olivat vain noin 14 miljoonaa euroa, olivat ne vuonna 2011 jo 25 miljoonaa euroa (SES 2012a). **Vastaavat tukivarat 2011 muissa Pohjoismaissa olivat: Tanska 33 miljoonaa, Ruotsi 32 miljoonaa ja Norja 48 miljoonaa euroa (Avain 2013).**

**Elokuvasäätiön rahoitus voi EU-lainsäädännön mukaan olla vain 50% elokuvan budjetista. Tämä tarkoittaa sitä, että mikäli elokuvasäätiön tukivarat nousevat tavoitellulle tasolle, pitää lisärahoitusta löytää myös muualta. Dokumenttielokuviissa luontevin lähde lisärahoitukselle on jatkossakin televisiokanavien ennakko-ostoissa. Televisiokanaviin on tässä syytä laskea myös erilaiset VoD-palvelut, katselun tapahtuessa yhä useammin internetin välityksellä. Kansainvälistä tai universaalaa aihetta käsittelevä dokumentti voi hyvinkin saada kansainvälistä rahoitusta yhä kamppaillummilta markkinoilta. Lisäksi kansainväliset yhteistuotannot voivat olla keino tarvittavien lisäeurojen keräämiseen. Ulkomaista rahoitusta tärkeämpää on kuitenkin kotimaisten rahoittajien elinvoimaisuus. Yleisradion rahoitusosuuden noustessa myös tuotanto-kohtaiset ennakko-ostosummat todennäköisesti nousevat. AVEKin käytettävissä olevat tukivarat sen sijaan ovat mitä todennäköisimmin vähenemässä jatkossakin, ellei Kopioston tilanteeseen saada kestäväää ratkaisua. Pienemmän budjetin elokuvissa yksittäisten säätiöiden ja rahastojen tuet voivat olla merkittäviä hankkeiden toteutumisen kannalta.**



Mikäli tukijärjestelmät pysyvät toimivina jatkossakin, ei dokumenttielokuvatuottajien tarvitse toivottavasti laskea tuotantojen toteutumista jälkimyynnin varaan. Dokumenttituottajien on kuitenkin syytä pyrkiä tehokkaammin markkinoimaan elokuvaa jo tuotannon aikana. Varhainen levityssopimuksen solmiminen, myyntiagentin kiinnittäminen ja muutenkin voimakkaampi tuotannon markkinointi jo tuotantovaiheessa lisää elokuvan kiinnostusta ja potentiaalia jälkimyymtimarkkinoilla. Parhaassa tapauksessa markkinointi tuotannon aikana tuo lisää rahaa myös tuotantoon.

Dokumenttielokuvaa teattereissa levittäville toimijoille on hyvin omanlaisensa profiilit. Siinä missä isommat levittäjät kuten SF Film Finland ja Nordisk Film pyrkivät pääasiassa levittämään elokuvia, joilla voi tehdä myös kannattavaa liiketoimintaa, hakee Pirkanmaan elokuvakeskus muutoin merkittäviä ja huomionarvoisia elokuvia. Suomen elokuvakontakti taas pyrkii löytämään kiinnostavia elokuvia, joilla on selkeä kohderyhmä. Luultavasti kaikki elokuvateatterilevitykseen laadullisesti soveltuvat dokumenttielokuvat löytävät näistä toimijoista itselleen sopivan julkaisukanavan. Itse elokuvan jälkeen on tärkeintä, että niin ohjaajalla, tuottajalla kuin levittäjällä on selvillä, mitkä elokuvan mahdollisuudet ovat, mitä elokuvan levittämällä tavoitellaan ja millä keinoin ja resurssein tavoitteisiin pyritään.

Positiivista on yleisön jatkuva kiinnostus dokumenttielokuvaan. Vaikka kaikki teattereihin tuotavat dokumenttielokuvat eivät kerääkään valtavia yleisöjä, onnistuvat ne useimmiten saamaan suurta huomiota, joka parhaimmillaan kanavoituu hyviin tv-katsojalukuihin ja tallennemyyntiin. Elokuvatuottajien suurin haaste onkin uusien ansaintamallien löytäminen. Luulisi esimerkiksi, että tekeillä olevat Teemu Selänteestä tai Lordista kertovat dokumentit olisivat niin kiinnostavia, että yleisön kiinnostus niitä kohtaan olisi mahdollista valjastaa jo tekovaiheessa ja saada tätä kautta kokeiltua joukkorahoituksen potentiaalia suomalaisessa elokuvatuotannossa.

Tällä hetkellä taiteellinen vapaus, eli vapaus kaupallisista menestyspaineista saattaa olla juuri dokumenttielokuvien vahvuus, kuten ohjaaja Mika Ronkainen toteaa (Suvalo 2013). Tulevaisuudessa dokumenttituottajilla on entistä haasteellisempi tehtävä elokuvantekijöiden taiteellisen vapauden varmistamisessa.

Teatterilevityksessä ongelmat ovat moninaisia. Vain harvan dokumentin levittäminen on kaupallisesti kannattavaa. Elokuvateatteriensi-illan huomioarvo on kuitenkin poikkeuksellinen. Tuon huomion hyödyntämisessä on avain taloudelliselle menestykselle. Siinä vaaditaan uudenlaista ajattelua sekä levittäjiltä, elokuvateattereilta että tuottajilta. Yksi vaihtoehto voi olla useiden haastattelemani tuottajien esittämä monen kanavan yhtäaikainen julkaisu. Fiktioelokuva on niin kallis taiteenlaji, johon on ladattu usein kohtuuttomankin kovat odotukset, että kokeilunhaluttomuuden ymmärtää. Dokumenttituottajista saattaisi riittävän rohkeita yrittäjiä löytyä, mutta se ei yksin riitä. Merkkejä uudenaikaisesta ajattelusta on kuitenkin nähtävissä. Sitä, että elokuva julkaistaisiin samaan aikaan elokuvateatteriensi-illan lisäksi vaikkapa dvd-tallenteena ja VoD:nä pitää hyvin mahdollisena myös PEKin Juha Elomäki (2013), joka edustaa sekä elokuvateattereita, että levittäjiä.

Elokuvan levittäminen varsinkin kansainvälisesti on monipuolinen ja sekava vyyhti, jossa eri toimijoiden edut menevät usein limittäin ja ristiin. Todennäköisesti ratkaisun avaimet tulevat olemaan verkossa, jossa territoriorajat on helpompi ylittää ja levittäminen on nopeaa ja edullista.

Dokumenttielokuvat on tehty katsojia varten ja tulevaisuudessa on entistä tärkeämpää, että joku katsoja niistä haluaa myös maksaa. Tuotantoyhtiöiden on yhdessä levittäjien kanssa löydettävä oikeat kanavat jakelumurroksen keskellä.

## LÄHTEET

- Aaltonen, Jouko, Käsikirjoituksesta tuotantoon. Viitattu 27.4.2013.  
[http://www.lapinlisa.fi/ohjeet/material/Kasikirjoituksesta\\_tuotantoon.pdf](http://www.lapinlisa.fi/ohjeet/material/Kasikirjoituksesta_tuotantoon.pdf)
- Ahokas, Harri 2013. Helsinki: Suomen elokuvasäätiö. 25.4.2013
- Astala, Erkki 2013. Dokumenttielokuvan levittäminen. Email kimmo.valimaki@filmikamari.fi 23.4.2013
- Avain 2013. Avain siivittää kotimaisen elokuvan menestystarinaa, tiedote. Viitattu 27.4.2013. [http://www.filmikamari.fi/page.php?id=5&news\\_id=973](http://www.filmikamari.fi/page.php?id=5&news_id=973)
- AVEK 2012. Avek toimintakertomus 2011-2012.
- AVEK 2013. Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus AVEK. Viitattu 27.4.2013.  
[http://www.kopiosto.fi/avek/avek/fi\\_FI/avek/](http://www.kopiosto.fi/avek/avek/fi_FI/avek/)
- Berghäll, Joonas 2013. Helsinki: Oktober Oy:n toimisto. 4.4.2013
- Binns, Clare 2012. Finnish Film Affair. Helsinki: Suomen elokuvasäätiö 26.9.2012.
- Blind Spot Pictures 2013. Crowd funding. Viitattu 29.4.2013.  
<http://www.ironsky.net/site/support/finance/>
- Cinema Mondo 2013. Weekly title summary report 29.4.2013.
- Cineuropa 2013a. More admissions – for local and European films – in Swedish cinemas 2012. Viitattu 29.4.2013  
<http://www.cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=232278>
- Cineuropa 2013b. Finnish 2012 market share of 28% - and it's getting better. Viitattu 29.4.2013. <http://www.cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=233201>
- Cineuropa 2013c. Norwegian admissions up in 2012 despite decrease in local films. Viitattu 29.4.2013. [www.cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=230942](http://www.cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=230942)
- Cineuropa 2013d. Danish films control 28% of best market in 30 years. Viitattu 29.4.2013. [www.cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=230917](http://www.cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=230917)
- Cineuropa 2013e. In spite of strong local fare, Icelandic admissions decrease in 2012. Viitattu 29.4.2013.  
[www.cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=233813](http://www.cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=233813)
- Dawson Nick 2012. Lcd Soundsystem Movie “Shut Up And Play The Hits” To Have One-Day Release. Filmmaker magazine. Viitattu 28.4.2013.  
<http://filmmakermagazine.com/46302-lcd-soundsystem-movie-shut-up-and-play-the-hits-to-have-one-day-release/>
- Elokuvaluutiset 2013. Katsotuimmat suomalaiset dokumenttielokuvat 1970-. Viitattu 29.4.2013. <http://elokuvaluutiset.fi/site/sf-2011/muut-tilastot/3900-katsotuimmat-suomalaiset-dokumenttielokuvat-1970>
- Elomäki, Juha 2012. Dokumenttielokuvan tiedotustilaisuus 12.12.2012. Helsinki: Suomen elokuvasäätiö.
- Elomäki Juha 2013. Dokumenttielokuvan levittäminen. Email kimmo.valimaki@filmikamari.fi 29.4.2013

- Euroopan neuvosto 2013. 2012 co-productions. Viitattu 29.4.2013.  
[http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/History/Coproduction/2012coproductions\\_EN.asp](http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/History/Coproduction/2012coproductions_EN.asp)
- Finnpanel, 2013. TV-mittaritutkimuksen tuloksia. Viitattu 20.4.2013.  
<http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/kk/ohjryh/2013/3/asiaohjelmat.html>
- First Floor Productions 2013. In the Dark Room. Viitattu 29.4.2013.  
<http://www.firstfloor.fi/fi/929/>
- Hellstedt, Venla 2013. Helsinki: Illume Oy:n toimisto. 4.4.2013
- Hemillä, Hanna, 2004. Karikot ja menestystarinat kansainvälisissä elokuva-alan yhteistuentohankkeissa. AVEK-Julkaisut.
- Jahnukainen, Sami 2013. Helsinki: Donkey Hotel. 21.3.2013
- Juntunen, Liisa 2013. Helsinki: Donkey Hotel. 21.3.2013
- Kemppinen, Petri 2013. Välillä Eurimages-hattu päässä. Viitattu 29.4.2013.  
<http://sessessio.wordpress.com/2013/03/25/valilla-eurimages-hattu-paassa/>
- Kinnunen, Kalle, 2011. Finnkino digitalisoi elokuvasalit – köyhtyykö ohjelmisto? Viitattu 24.4.2013. <http://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/finnkino-digitalisoi-elokuvasalit-koyhtyyko-ohjelmisto>
- Kuusinen, Jere, 2011. Dokumenttielokuvan kujanjuoksu. Viitattu 19.4.2013.  
<http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2011/07/debatti/dokumenttielokuvan-kujanjuoksu/>
- Media Desk Finland 2013a. Media 2007. Viitattu 29.4.2013.  
<http://www.mediadesk.fi/mediapl.shtml>
- Media Desk Finland 2013b. Media kevät 2013
- Netflix 2013. Suomi. Viitattu 28.4.2013  
<http://movies.netflix.com/WiGenre?agid=62285>
- Nordisk Film & TV Fond 2013a. Säännöt. Viitattu 29.4.2013.  
[http://www.nordiskfilmogtvfond.com/files/9913/6560/8922/Guidelines\\_-\\_Finnish\\_-\\_2013.pdf](http://www.nordiskfilmogtvfond.com/files/9913/6560/8922/Guidelines_-_Finnish_-_2013.pdf)
- Nordisk Film & TV Fond 2013b. Projects supported. Viitattu 29.4.2013.  
<http://www.nordiskfilmogtvfond.com/index.php/about-us/projects-supported/>
- NPD 2012. Music file sharing declined significantly in 2012. Viitattu 19.4.2013.  
<https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/the-npd-group-music-file-sharing-declined-significantly-in-2012/>
- OKM (Opetus- ja kulttuuriministeriö) 2013. Taiteen ja kulttuurin edunsaajien säästöissä selkeitä painotuksia. Viitattu 21.4.2013.  
[http://www.minedu.fi/OPM/Tiedotteet/2013/04/kulttuurisaastot.html?lang=fi&utm\\_source=twitterfeed&utm\\_medium=twitter](http://www.minedu.fi/OPM/Tiedotteet/2013/04/kulttuurisaastot.html?lang=fi&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter)
- Pandora Film 2013. In the Darkroom. Viitattu 29.4.2013.  
[http://www.pandorafilm.com/produktion/index\\_details.php?query\\_var=id&query\\_value=113](http://www.pandorafilm.com/produktion/index_details.php?query_var=id&query_value=113)
- Raike, Antti & Laitinen, Karri & Viikari, Timo 2013. Elokuvantaju. Viitattu 19.4.2013.  
<http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/elokuvakulttuuri/dokumentti.jsp>

- Rajamäki, Juha 2012. Dokumenttielokuvan tiedotustilaisuus 12.12.2012. Helsinki: Suomen elokuvasäätiö.
- Ruokolahti, Juha 2013. Dokumenttielokuvan levittäminen. Email kimmo.valimaki@filmikamari.fi 25.4.2013.
- SFI 2013. Swedish Film Institute, statistics. Viitattu 29.4.2013. <http://sfi.se/en-GB/Statistics/>
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2011a. Suomen elokuvasäätiö. Toimintakertomus 2010.
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2011b. SES-info 1/2011.
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2012a. Toimintakertomus 2011.
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2012b. Elokuvaluovuosi 2011.
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2013a. Tukiohjeet. Viitattu 19.4.2013. <http://ses.fi/tukitoiminta/tukiohjeet/>
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2013b. Tuotannon ennakkotukipäätös. Viitattu 20.4.2013 [http://ses.fi/tukitoiminta/paatokset/tuotanto/?tx\\_browser\\_pi1%5BshowUid%5D=4022&cHash=7d3152f47b](http://ses.fi/tukitoiminta/paatokset/tuotanto/?tx_browser_pi1%5BshowUid%5D=4022&cHash=7d3152f47b)
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2013c. Viitattu 20.4.2013. <http://ses.fi/tilastot-ja-tutkimukset/kotimaiset-katsojaluvut/>
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2013d. Viitattu 27.4.2013. <http://ses.fi/elokuvat/kategoriat/>
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2013e. Viitattu 28.4.2013. <http://ses.fi/tukitoiminta/paatokset/tuotanto/>
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2013f. Näin unta elämästä. Viitattu 29.4.2013. [http://ses.fi/elokuvat/elokuva/?tx\\_browser\\_pi1%5BshowUid%5D=606&tx\\_browser\\_pi1%5Bmode%5D=2&cHash=e0410a4d95115cc59907d4d980e819ed](http://ses.fi/elokuvat/elokuva/?tx_browser_pi1%5BshowUid%5D=606&tx_browser_pi1%5Bmode%5D=2&cHash=e0410a4d95115cc59907d4d980e819ed)
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2013g. Eden. Viitattu 29.4.2013. [http://ses.fi/elokuvat/elokuva/?tx\\_browser\\_pi1%5BshowUid%5D=592&cHash=d9d7884dde](http://ses.fi/elokuvat/elokuva/?tx_browser_pi1%5BshowUid%5D=592&cHash=d9d7884dde)
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2013h. Kotimaiset katsojaluvut 2012. Viitattu 29.4.2013 <http://ses.fi/tilastot-ja-tutkimukset/kotimaiset-katsojaluvut/kotimaiset-katsojaluvut-2012/>
- SES (Suomen elokuvasäätiö) 2013i. Säilöttyjä unelmia. Viitattu 29.4.2013. [http://ses.fi/elokuvat/elokuva/?tx\\_browser\\_pi1%5BshowUid%5D=342&tx\\_browser\\_pi1%5Bmode%5D=2&cHash=8f1cfc27afa19aecc97379929bea2019](http://ses.fi/elokuvat/elokuva/?tx_browser_pi1%5BshowUid%5D=342&tx_browser_pi1%5Bmode%5D=2&cHash=8f1cfc27afa19aecc97379929bea2019)
- SEL (Suomen elokuvatoimistojen liitto) 2013. Dokumenttielokuvien ensi-iltatilastot 2009-2012.
- Simonen, Ulla 2013. Helsinki: Made Oy:n toimisto. 27.2.2013
- Sin, David 2013. Distribution: Licensing: BFI. Viitattu 28.4.2013. <http://www.screenonline.org.uk/film/distribution/distribution2.html>
- Suvanto, Soile 2013. Laulu koti-ikävästä naurattaa ja itkettää. Viitattu 23.4.2013. [http://yle.fi/uutiset/laulu\\_koti-ikavasta\\_naurattaa\\_ja\\_itkettaa/6553449](http://yle.fi/uutiset/laulu_koti-ikavasta_naurattaa_ja_itkettaa/6553449)

Teosto 2013. Sanasto. Viitattu 19.4.2013.

<http://www.teosto.fi/teosto/sanasto/streaming>

Toiviainen, Antti 2013. Dokumenttielokuvan levittäminen. Email kimmo.valimaki@filmikamari.fi 24.4.2013

Vehkalahti, Iikka 2013. Suomalaisena dokumenttielokuvan maailmassa. Viitattu 19.4.2013. <http://docpoint.info/content/suomalaisena-dokumenttielokuvan-maailmassa>

Verohallinto 2013. Yle-vero. Viitattu 27.4.2013. <http://www.vero.fi/fi-FI/Henkiloasiakkaat/Maksaminen/Ylevero>

Viestintävirasto 2013. Tv-maksutilastot. Viitattu 27.4.2013. <http://www.tv-maksu.fi/index/tietoa/tilastot.html>

Väisänen, Marika 2011. Dokumenttielokuvan kultakausi oli äsken. Viitattu 19.4.2013. <http://www.teme.fi/set/56-set/puheenjohtajan-blogi/511-dokumenttielokuvan-kultakausi-oli-asken.html>

Yleisradio 2013. Mitä streaming (suoratoisto) on? Viitattu 28.4.2013 <http://opettajatv.yle.fi/apua/streamin>

